伊藤園統合レポート

2020

グループ経営理念

「お客様第一主義」

お客様を第一とし

「今でもなお、お客様は何を不満に思っているか」という
問題意識を常に持ち続け、常にお客様起点で考え
行動することが伊藤園グループの中心的考え方

誠実を売り

お客様との約束を守る、正直な商品をつくる、誠実な対応、
サービスをするなど、誠実とは小さな約束の積み重ね

努力を怠らず

変化する外部環境の中で、常に自らを磨く努力をすること

信頼を得るを旨とする

自らが任せられる人だと思ってもらえる存在になること、
そして企業として広く社会から信頼され必要とされる存在を目指す

お客様の定義

消費者の皆様	株主の皆様	販売先の皆様
仕入先の皆様	金融機関の皆様	地域社会の皆様

ご挨拶

「お客様第一主義」とは、すべてのお客様を大切にすることが経営の基本であるとする当社の経営理念です。

お客様とは、消費者の皆様、株主の皆様、販売先の皆様、仕入先の皆様、金融機関の皆様、地域社会の皆様です。当社とかかわるすべての方々をお客様と位置付け、それぞれのご意見やご要望に真摯に向き合い、常にお客様の立場に立った対応を図ることが経営の根幹です。今後この経営理念のもと、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」の実現に向けてまい進していきます。

代表取締役会長　本庄 八郎

代表取締役社長
執行役員　本庄 大介

CONTENTS

編集方針

「伊藤園統合レポート2020」は、当社の財務情報・非財務情報の統合報告書として作成したものです。このほか、ステークホルダーの皆様に、より当社について理解していただけるよう、多角的な視点からレポートやホームページでも情報発信しています。2020年4月期(2019年5月1日〜2020年4月30日)の活動を中心に、一部それ以前からの取り組みや、直近の活動報告も含んでいます。また、紹介する関係者の所属・役職名は活動当時のものです。

(発行年月:2020年12月)

お客様第一主義の実践
「世界のティーカンパニー」へ

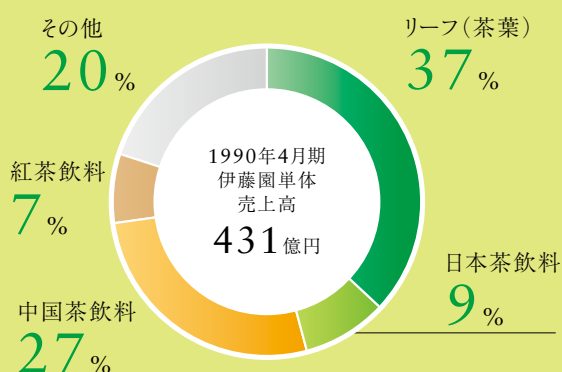
「お客様第一主義」をチーム伊藤園として社員全員で実践します。当社ではマーケティングを実践するため「売れる仕組みづくり」として次のように整理し、社員に浸透させています。

STILL NOW の精神

製品やサービスを通してお客様の期待にお応えしたい。
当社は、「STILL NOW」を合言葉に「今でもなお、お客様は何を不満に思っているか…」という問題意識を常に持ち続けます。これは「お客様第一主義」を実践するための当社の考え方の基本です。営業の現場から絶えず寄せられるお客様の要望や不満は、製品開発に活かされています。

沿革

当社は、1984年に他社に先駆け世界初となる緑茶飲料「缶入り煎茶」を発明し、緑茶飲料市場を開拓しました。1989年、今や日本のみならず世界で親しまれている「お～いお茶」の販売を開始するなど、いくつもの「世界初」「業界初」の技術を積み重ね、革新的な製品をお届けしてきました。

現在、当社は、「お客様第一主義」の経営理念のもと、「自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい」の製品開発コンセプトに基づき、長期ビジョンである「世界のティーカンパニー」として、お客様の「健康」に資する豊かな生活を提案することを目指しています。リーフ（茶葉）および飲料（ドリンク）を中心に国内での「総合飲料メーカー」としての地位確立と、グループ全体として、ブランドの強化とシナジー（相乗効果）を創出し、持続的な成長を実現していきます。

伊藤園のあゆみ

1966.8 伊藤園の前身であるフロンティア製茶株式会社を静岡県静岡市に設立

1969.5 商号を株式会社伊藤園に変更

1972.2 スイス・インダストリアルゲゼルシャフト社製の高速自動包装機を導入

茶葉鮮度保持のための真空パック技術を開発

1974.5 静岡県榛原郡相良町（現・牧之原市）に静岡相良工場を新設

1979.6 中国土産畜産進出口総公司と日本で初めてウーロン茶の輸入代理店契約を締結、ウーロン茶の販売を開始

1987.7 米国ハワイ州にITO-EN(USA)INC.を設立

1992.5 株式店頭公開

1994.9 オーストラリアにITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITEDを設立

1996.9 東京証券取引所 市場第二部に上場

1998.10 東京証券取引所 市場第一部に指定

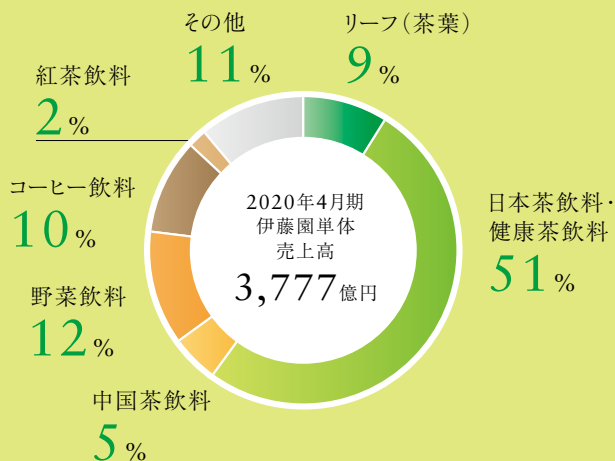
2000.10 業界に先駆けホット対応ペットボトル製品を発売

2001.5 米国ニューヨーク州にITO EN (North America) INC.を設立

2004.10 ITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITEDに荒茶工場を新設、生産開始

2006.6 米国フロリダ州のサプリメント関連事業を行うMason Distributors, Inc.の株式を取得

.10 タリーズコーヒーを展開しているフードエックス・グローブ株式会社（現・タリーズコーヒージャパン株式会社）の株式を取得

2007.9 東京証券取引所 市場第一部に第1種優先株式上場

- 2008.3 ダノングループ(本社:フランス)とナチュラルミネラルウォーター「エビアン」の国内独占販売権契約を締結
- 2010.2 自動販売機のメンテナンスや調達などを行う株式会社グリーンバリューを設立
- 2011.5 乳製品などの製造販売を行うチチヤス株式会社の株式を取得
- 2012.6 シンガポールにITO EN Asia Pacific Holdings Pte. Ltd.を設立
- .9 中国に伊藤園飲料(上海)有限公司を設立
- 2012.10 自動販売機事業を展開するネオス株式会社の株式を取得
- 2013.5 タイにITO EN (Thailand) Co., Ltd.を設立
- .7 インドネシアにPT ITO EN ULTRAJAYA WHOLESALEを設立
- 2015.2 ITO EN (North America) INC.が米国を中心にコーヒー豆の栽培から販売までを行うDistant Lands Trading Co.の株式を取得
- 2016.6 静岡相良工場敷地内に抹茶工房を新設
- 2016.9 兵庫県神戸市に緑茶飲料用などの茶葉を仕上加工する神戸工場を新設
- 2017.3 「伊藤園ティーテイスター社内検定」を厚生労働省が社内検定認定制度の平成28年の制度改正後の第1号として認定
- 2018.6 抹茶の認知症予防効果を検証する臨床実験の実施を合意(株式会社島津製作所・株式会社MCBI共同)
- 2019.5 「お〜いお茶」ブランド ギネス世界記録®認定
  ※「最大のナチュラルヘルシーRTD緑茶飲料」販売実績(2018年1〜12月)

社長メッセージ

世界のお客様の
「健康」に貢献する
「健康創造企業」を目指し、
挑戦を続けていきます。

代表取締役社長
執行役員
本庄 大介

伊藤園グループは、創業以来「お客様第一主義」の経営理念に基づき、お客様との接点を第一に考えて、企業活動に取り組んできました。「お客様第一主義」とは、常に「STILL NOW(今でもなお、お客様は何を不満に思っているか)」の精神で、お客様に沿う製品やサービスを提供し、お客様のより良い生活に貢献することです。

伊藤園は1966年の「パック茶」の販売に始まり、1980年には世界初の「缶入りウーロン茶」を全国で発売、1984年には世界に先駆けて緑茶の飲料化に成功しました。そして、1989年に「お~いお茶」ブランドが誕生、1990年には、世界初のペットボトル入り緑茶飲料の開発に成功するなど数々の「世界初」「業界初」を打ち出し、お客様のライフスタイルの変化に沿って、市場を創造してきました。

新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)の感染拡大により、社会・経済環境は大きく変化し、私たちの生活においては、感染予防と経済活動を両立させる「新しい生活様式」が浸透しつつあります。今後も長期化することが予想され、withコロナ時代における消費者の意識や行動は大きく変化していくものと考えています。

伊藤園グループを取り巻く事業環境も激変していますが、企業の使命は「雇用の維持」、「事業の継続」、「社会への貢献」であり、利益を上げて事業を継続していくとともに、社会貢献も忘れてはならないと考えています。社会全体が良くなり、その中で伊藤園グループも成長していかなければなりません。このような先の見えない状況であるからこそ、経営理念「お客様第一主義」の原点に立ち返り、社員がそれぞれの立場でお客様と真摯に向き合い、自分たちは何ができるのかを常に考え、ピンチをチャンスに変える挑戦をしていきます。

新型コロナウイルスへの当社の対応

2020年の年明けから世界的な感染拡大となった新型コロナにより、伊藤園グループはウイルス感染対策室を立ち上げ、従業員が安全に働ける環境を整えました。第一に、お客様の健康、安全、安心を最優先する、第二に、生活に欠かせない飲料の安定的な供給をはじめとした当社グループの事業を継続させる、第三に、医療活動に日々奮闘される医療従事者の皆様に茶系製品(飲料・リーフ)やコーヒーのポットサービスを無償で提供する等の基本方針を定め、対策を講じています。

緊急事態宣言の発出時には、従業員の安全を考慮し、時差出勤や在宅勤務など働き方に柔軟性を持たせ対応しました。また、全国の営業拠点網を通じて、各地域の病院や宿泊療養施設などに製品の無償提供を行っています。今後も、お客様のライフラインを支える飲料をお届けする企業としての使命感に立ち、感染予防対策を徹底し、事業活動に励んでいきます。

2020年4月期の振り返り

前期は、夏場の天候不順、2019年10月の激甚災害に指定された台風等の自然災害、そして2020年からの新型コロナの感染拡大により、グループ事業全体で減収減益の厳しい結果となりました。伊藤園単体では、継続的に収益改善の取り組みに注力してきた結果、売上高は3,777億87百万円(前期比4.2%減)で減収となったものの、営業利益は166億26百万円(前期比4.9%増)の増益となりました。タリーズコーヒージャパンでは、4月の緊急事態宣言発出を受けて、お客様と従業員の安全を最優先に考え、9割以上の店舗で臨時休業および時短営業等の対応をとり、感染予防対策の徹底・強化策を講じました。海外グループ会社においても、新型コロナの影響を大きく受けた結果、連結業績は売上高4,833億60百万円(前期比4.1%減)、営業利益199億40百万円(同12.6%減)、経常利益194億32百万円(同16.3%減)、当期純利益77億93百万円(同46.1%減)の減収減益となりました。

中長期の課題

伊藤園グループは、2022年4月期までの5カ年の中長期経営計画において「世界のティーカンパニー」を目標とし、国内事業の強化、海外事業展開の加速化、ROE経営の強化、CSV経営とESGへの取り組み強化の4つを柱に推進しています。

2021年4月期は、「世界のティーカンパニー」を目指す当社にとって、東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に、大きく飛躍する年と位置付けていましたが、コロナ禍で開催が延期となり、訪日外国人は大幅に減少、世界の市場環境も激変しています。これらの外部環境を踏まえ、伊藤園グループは足元をしっかりと固めながら、中長期経営計画について見直しを進めています。

1 国内事業の強化と収益性の改善

都心部を中心にコンビニエンスストアや自動販売機での購入機会が減少し、感染防止のため通信販売が増えるなど、消費者行動も変化しています。当社の自販機事業においても、人の移動が大幅に減少したことにより、交通系インフラをはじめ都心部を中心に大きな影響を受けています。一方で、全国196拠点の地域密着型のルートセールの強みを活かし、これまで以上に丁寧な訪問に取り組んでいます。お客様との接点をこれまで以上に大切にし、強い信頼関係を構築していきます。

収益性については、2020年4月期は国内外ともに厳しい事業環境の中、収益性の改善に取り組んだ結果、伊藤園単体の営業利益率は2018年4月期4.0%から、2020年4月期4.4%と改善することができました。タリーズコーヒージャパンなどのサービス事業は依然として厳しい状況が続いており、海外子会社については日本以上に新型コロナの影響を受けているため、これまで以上に、伊藤園単体の収益性の改善が重要と考えています。

当社は全国を5ブロックに分けて飲料を委託製造するブロック生産・物流体制を構築しており、生産効率の向上と物流効率の改善に徹底的に取り組んでいきます。

また、当社でも勤務体制を柔軟にしてオンラインの活用を積極的に取り入れるなど「働き方改革」をより一層推進し、労働生産性の向上に取り組んでいきます。早期に営業利益率5%以上を達成するため、引き続き収益性の改善に努めます。

2 海外事業の基盤強化

海外では北米、中国、東南アジア・豪州を中心に事業を展開しています。肥満率の上昇が社会問題となっている米国をはじめ、各国で「健康」への意識が高まっています。当社は、飲料製品の「お～いお茶」とティーバッグ製品などのITO EN「MATCHA GREEN TEA」をグローバルブランド製品と位置付け、現地開発ブランドと並行して展開しています。世界の茶系飲料市場は健康志向を背景に今後も成長する見込みで、2020年4月期の「お～いお茶」の販売数量は北米で15%増加、中国では2%増加となり、新型コロナの影響を受けたものの、いずれも各国市場の成長率を上回っています。今後も、北米と中国を重点市場として、伸長するECマーケットにも力を入れ、グローバルブランドの拡販を図っていきます。

また、豪州事業では、ティーバッグ工場を設立し、豪州産緑茶を使ったティーバッグ製品ITO EN「MATCHA GREEN TEA」を2020年5月より製造、販売しています。今後、地産地消型のビジネスモデルとして基盤を強化していきます。

3 お客様の「健康」課題への取り組み

お茶で「人生100年時代」をサポート

日本は、「人生100年時代」といわれる超高齢社会に入り、長い人生をより充実したものにするために、健康寿命の延伸が大きな課題です。それに加え、withコロナ時代の到来により、生活習慣病などの健康不安や生活不安が増加しています。その中でも特に、認知症高齢者の増加と、認知症とも関連が深いとされる、糖尿病や高血圧症などの生活習慣病の増加が大きな社会課題となっており、当社は、これらの課題に対し、緑茶や抹茶の健康機能性に関する研究にも取り組んでいます。その成果の一つとして、2019年8月より「体脂肪を減らす」機能性表示食品としてリニューアルした「お～いお茶 濃い茶」が大変好調に推移しています。このような健康機能性を訴求した製品の開発にも力を入れていきます。

自然素材を活かした製品開発と国内農業への貢献を目指す

日本の飲料市場において、無糖飲料の構成比は過去30年間で8%から49%に拡大しました。その中で、伊藤園は無糖茶飲料でトップシェアを誇っており、当社の無糖飲料比率は74%です。

「お～いお茶」に代表される無糖飲料は、糖やミルクなどを使用しないため、素材自体がそのまま製品の味と品質につながります。そのため当社は、原料となる農作物にも徹底的にこだわっています。その代表が茶産地育成事業です。当社は国内荒茶生産量の約4分の1を取り扱っており、高品質な原料を安定的に調達するために、製品用途に応じた原料を茶農家と協働で作り上げてきました。この茶産地育成事業の拡大により、茶農家の安定経営や耕作放棄地の有効活用など、社会課題解決にも貢献しています。これらの知見を応用し、野菜飲料の原料の契約栽培にも取り組んでおり、今後はより一層、農産物原料の開発と調達に力を入れていきます。そしてお客様の「健康」「安心」「安全」志向にお応えするとともに、茶農家をはじめとする国内農業の持続可能な発展に貢献していきます。

4 ESGへの取り組みの強化

伊藤園グループの経営理念「お客様第一主義」の「お客様」とは、消費者、株主、販売先、仕入先、金融機関、地域社会の皆様と定義しています。創業以来、私たちはお客様と協働し、本業を通じて共有価値の創造と様々な社会課題の解決にも取り組んできました。

近年は、海洋プラスチックごみ問題や気候変動問題が世界的な喫緊の課題となっています。伊藤園グループでは、2019年6月に「お～いお茶」ブランドに使用するすべ

てのペットボトルを2030年までに100%リサイクルペットボトルに切り替える方針を発表しましたが、さらなる検討を重ね、2020年9月に「伊藤園グループ プラスチックに関する方針」を策定し、2030年までにペットボトルに使用するリサイクル素材等の割合を100%にすることを目指すこととしました。気候変動問題については、2030年度、2050年度のCO_2排出量削減目標としてそれぞれ、Scope1、2で総量26%削減、50%削減、Scope3で原単位26%削減、50%削減(基準年はすべて2018年度)を掲げました。また、気候変動シナリオ分析として、茶葉への影響分析を実施しました。

社会課題については、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、2020年4月に「伊藤園グループ人権方針」を策定しました。これら、グループ方針と目標をもとに、ステークホルダーの皆様と協調し、取り組みを進めていきます。

「健康創造企業」を目指して

私たちは、伊藤園グループでしか成し得ないことを目指しています。それが、「世界のティーカンパニー」として、世界各国のお客様の「健康」に貢献し、一人ひとりの豊かな生活を支える企業となることです。これからもお茶を通じて、世界各国の方々へ「健康」に資する豊かな生活を提案する「健康創造企業」を目指し、歩みを進めてまいります。

代表取締役社長 執行役員

お客様第一主義に基づく
共有価値創造モデル

価値観 グループ経営理念「お客様第一主義」
お客様を第一とし、誠実を売り、努力を怠らず、信頼を得るを旨とする

インプット

お客様との接点を起点としたマーケティング力	▶ Voice提案件数 9,462件 ▶ 営業拠点数(国内) 196拠点
市場を創造する研究開発力と技術	▶ 共同研究 10件 ▶「茶」に関する特許保有件数 107件
サプライヤーとの強固なネットワーク • 茶産地育成事業を通じた原料調達網 • ファブレス方式を採用した製造委託先との協創	▶ 国内荒茶生産量の約4分の1を占める原料調達力 ▶ 茶産地育成事業による生産量・茶園面積 7,122t・1,836ha ▶ 飲料製造委託先 約50工場 ▶ 全国5ブロックの生産・物流体制
健全な財務基盤	▶ 財務格付け "A+"(R&I、JCRの2社) ▶ 自己資本比率 51%
多様な人材	▶ 営業員数 約3,500名 ▶ ティーテイスター資格保有者 2,289名

2020年4月30日現在 ※ティーテイスター資格保有者は2020年5月時点

伊藤園価値創造モデル

コーポレート戦略
コーポレート・ガバナンス(→P.54)
人材マネジメント(→P.44)／
財務マネジメント(→P.48)

当社は「利益ある持続的な成長」と「持続可能な社会への貢献」を念頭に、長期的かつ継続的な企業価値の向上を目指しています。これまで経営資本を活用して当社の強みを磨き、様々なイノベーションを生み出してきました。これからも、「お客様第一主義」の実践により、中長期の企業価値向上に向けた戦略を実践していきます。

製品開発コンセプト　自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい

製造・物流

営業・販売

ステークホルダーへの価値提供

価値提供	ステークホルダー
健康で豊かな生活のサポート	消費者の皆様
	販売先の皆様
持続可能な農業の推進 コミュニティ課題解決	仕入先の皆様
パートナー企業との協働による環境負荷低減	地域社会の皆様
持続的な利益ある成長と株主還元	株主の皆様
	金融機関の皆様
多様な人材が活躍する健康経営の推進	従業員

利益ある持続的な成長

持続可能な社会への貢献

企業価値向上

中長期ビジョン

世界のお客様の健康で豊かな生活文化を提案する「世界のティーカンパニー」へ

現行の中長期経営計画（2018年4月期～2022年4月期）では、日本茶のリーディングカンパニーとして、東京オリンピック・パラリンピックを契機に、国内外のお客様に日本茶による健康で豊かな生活文化を提案すべく事業活動に取り組んできました。新型コロナウイルス感染拡大により、訪日外国人は激減し、世界の市場環境は激変しています。ニューノーマルと呼ばれる新たな生活様式が求められる中で、伊藤園グループは新しい時代のお茶の役割と可能性を追求し、お客様の健康で豊かな生活文化に貢献していきたいと考えています。中長期経営計画については、これらの外部環境の激変を踏まえ、現在見直しを進めています。

ESGの重要課題

国際規格ISO26000に即した7つの中核主題の中でも、「消費者課題」「コミュニティへの参画・発展」、「環境」を特に重要なテーマと位置付けています。

前中長期計画
2015年4月期～2017年4月期

1. 国内事業の収益改善
2. グローバルブランド製品の発売
3. 海外事業基盤確立のための戦略的投資

2017年4月期

	中長期計画	実績	達成率
連結売上高	5,000億円以上	4,758億円	95%
ROE	10%	10.5%	105%
総還元性向	40%	43.5%	108%

2018年4月期～2020年4月期

1. 「お～いお茶」と「ITO EN」のグローバル展開
2. 国内収益基盤の強化、新規事業領域への挑戦
3. グループシナジーの強化

2020年4月期までの振り返りと課題

・2019年4月期連結売上高5,000億円突破、最高益更新
・2020年4月期はコロナ禍で減収するも、伊藤園単体は増益

	2018年4月期	2019年4月期	2020年4月期
単体営業利益率	4.0%	4.0%	4.4%

・海外事業の成長の遅れ、収益性の改善が課題
2020年4月期、米国DLTC社のれんの減損

・新規事業領域への挑戦
2020年6月、新規事業推進部設立

2020年4月期

	前期	実績	前期比
連結売上高	5,041億円	4,833億円	-4.1%
ROE	9.9%	5.2%	-4.7ポイント
総還元性向	48.9%	92.1%	+43.2ポイント
海外売上高比率	7.6%	7.5%	-0.1ポイント

外部環境の激変

- 超高齢社会×withコロナ
- 健康不安と生活不安の増大
- コミュニケーションの変化、コミュニティ課題の増加
- 訪日外国人の激減
- 国内農業の縮小
- 地球温暖化
水資源問題
- 自然災害
- 資源枯渇
資源循環

中長期ビジョン

世界のお客様の健康で
豊かな生活文化を提案する
「世界のティーカンパニー」へ

日本を代表するティーカンパニー
“ITO EN”の
グローバルでの存在感

自然素材を活かした食文化の提案
（国内食領域への挑戦）

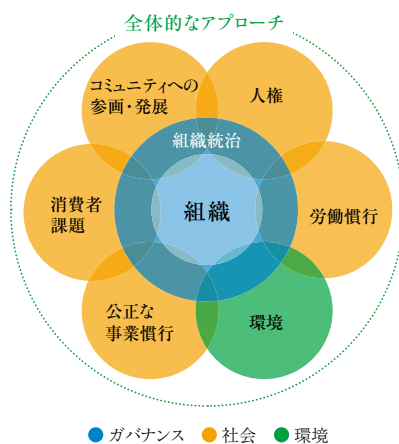
CSV経営の実践による成長
ESGの取り組み強化

ROE経営の強化

ROE 10%
総還元性向 40%維持

伊藤園グループのESG重要課題

伊藤園グループは、2012年4月にCSR経営推進のため、国際規格ISO26000を羅針盤とし、これに則した中核主題として、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画およびコミュニティの発展の7つを推進テーマに設定しました。この中でも、「消費者課題」「コミュニティ・社会」「地球環境」を重要課題と位置付けています。

ISO26000 7つの中核主題とそれぞれの課題

1.組織統治

2.人権

1. デューディリジェンス
2. 人権に関する危機的状況
3. 加担の回避
4. 苦情解決
5. 差別及び社会的弱者
6. 市民的及び政治的権利
7. 経済的、社会的及び文化的権利
8. 労働における基本的原則及び権利

3.労働慣行

1. 雇用及び雇用関係
2. 労働条件及び社会的保護
3. 社会対話
4. 労働における安全衛生
5. 職場における人材育成及び訓練

4.環境

1. 汚染の予防
2. 持続可能な資源の利用
3. 気候変動の緩和及び気候変動への適応
4. 環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復

5.公正な事業慣行

1. 汚職防止
2. 責任ある政治的関与
3. 公正な競争
4. バリューチェーンにおける社会的責任の推進
5. 財産権の尊重

6.消費者課題

1. 公正なマーケティング、事実に即した偏りのない情報、及び公正な契約慣行
2. 消費者の安全衛生の保護
3. 持続可能な消費
4. 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決
5. 消費者データ保護及びプライバシー
6. 必要不可欠なサービスへのアクセス
7. 教育及び意識向上

7.コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

1. コミュニティへの参画
2. 教育及び文化
3. 雇用創出及び技能開発
4. 技術の開発及び技術へのアクセス
5. 富及び所得の創出
6. 健康
7. 社会的投資

※出典:「日本語訳ISO26000:2010社会的責任に関する手引」

重要課題

	社会課題	伊藤園の方針・取り組み	関連するSDGsへの貢献
消費者課題	ライフスタイルの多様化 健康寿命、生活習慣病、肥満、ストレス、認知症	P.21 健康的なライフスタイルを支える提案 P.19 伊藤園健康フォーラム	
コミュニティ・社会	国内農業・茶業界の課題 働き方やコミュニケーションの変化、超高齢社会	P.23 茶産地育成事業 P.29 伊藤園ティーテイスターによるお茶の魅力の発信と販促活動 P.45 伊藤園グループ人権方針	
地球環境	海洋プラスチックごみ問題 資源枯渇 地球温暖化、水資源問題	P.40-43 伊藤園グループ中長期環境目標 P.37 茶殻リサイクルシステム	

伊藤園の重要課題と主なKPI

伊藤園グループは、3つの重要課題に基づく主なKPIをそれぞれ下記のとおり定めています。

重要課題		主なKPI*	主に関連するSDGs
消費者課題	健康価値の訴求（健康と栄養性）	・特定保健用食品、機能性表示食品、栄養機能食品の拡充：計65商品 ・食品の健康価値に関する研究と発表：年15件	3、4
	品質管理	・品質会議：年10回開催、グループ品質会議：年1回開催 ・海外原料サプライヤー、海外製造委託先の定期監査の実施 ・ISO9001、FSSC22000の認証継続 ・茶産地育成事業取引先におけるGAP認証取得の推進（→P22へ）	
コミュニティ・社会	コミュニティと人権課題	・事業活動を通じた人権尊重への取り組みの推進 ・地域社会との関係強化 ・伊藤園ティーテイスター社内検定を活用した茶文化プログラムの推進	2、8、17
	文化活動の推進	・「伊藤園お～いお茶新俳句大賞」や、お茶のいれ方セミナー等を通じた日本文化、お茶文化の啓発活動強化	
	持続可能な農業の推進	・茶産地育成事業（新産地事業）における荒茶生産量と面積の拡大	
	震災復興支援	・お茶を通じた震災被災地の支援継続（「お茶っこ会」の実施）	
地球環境	気候変動への対応	・CO_2排出量削減 2030年度 SCOPE1、2 総量26%削減（2018年度比） SCOPE3 原単位26%削減（2018年度比） 2050年度 SCOPE1、2 総量50%削減（2018年度比） SCOPE3 原単位50%削減（2018年度比）	12、13、14
	水の管理	・生産時の水の消費と排水の管理体制の強化	
	容器包装	・ペットボトルの軽量化およびリサイクル素材の利用推進 2030年 ペットボトルに使用するリサイクル素材等*の割合100% *生物由来素材を含む ・リーフ資材、ストローにおける生分解性素材の利用推進 ・容器使用原料の削減、軽量化率の維持 ・アルミレス紙パックの推進	
	廃棄物とリサイクル	・製品廃棄の削減 ・食品リサイクル率90%以上維持 ・緑茶包装工場の再資源化率100%継続 ・茶殻リサイクルの推進	
	生物多様性の保全	・茶産地育成事業における登録品種の維持 ・茶産地育成事業取引先におけるGAP認証取得の推進	

※ 年度の表記のないものは2022年4月期の目標

お客様第一主義に対応するバリューサークル

当社は、研究、企画・開発から、調達、製造・物流、営業・販売までのすべての事業において、当社への価値と併せて環境面、社会面で価値を創造し、環状(サークル)のバリューサークルを形成しています。また、そのバリューサークルの基盤としてガバナンスをより強化しています。こうしたバリューサークルは関係者と連携することで、さらに価値の連鎖を生み出し、環状に継続していきます。これらの当社ならではのコンテンツは持続可能な成長に向けた当社の競争優位の源泉となっています。

研究

P.18

「世界初」「業界初」のお茶の研究・技術開発
- カテキン、テアニンなどの健康性の解明
- 特許戦略

お茶や野菜など飲料・食品素材の健康効果・製造技術に関する研究・技術開発

原料の栽培方法、加工方法に関する調査研究

外部の研究者や研究機関との共同研究によるオープンイノベーション

S 超高齢社会や生活習慣病など、消費者課題解決に関する研究

E 茶殻リサイクルシステム(省資源・資源循環)
省資源・省エネルギー製品の普及に向けた研究

企画・開発

P.20

健康に資する商品開発力
- 無糖飲料比率74%
- 製品開発力(トクホなど)
- Voice制度(全社提案システム)

幅広い製品ラインアップ
- 飲料とリーフ製品による消費者ニーズへの対応
- 自然素材を活かした独自の原料加工技術

市場創造力・高い市場シェア

S 幅広いお客様への健康価値の提供
多様なニーズに応じた飲料の提供

E 環境に配慮した容器包装の取り組み

お客様第一主義の
「世界のティーカンパ

価値創造を支える基盤

S サプライチェーンマネジメント／人権の尊重／人材マネジメント／財務マネジメント

実践
ニー」へ

調達

P.22

高い原料調達力
・国内荒茶生産量の約4分の1の調達力

茶産地育成事業
・高品質茶葉の安定調達
生産家との協働による専用原料の開発

特色ある原料調達・コストの低減

S 持続可能な農業と茶業の安定経営
耕作放棄地などのコミュニティ課題解決

E 環境保全型農業

製造・物流

P.24

ファブレス方式
・設備投資のコスト削減
・需要に即した生産量の調整

NSシステム
・高品質製品による差別化、コスト低減と環境負荷低減

品質管理体制
・トレーサビリティの確保

5ブロック生産・物流体制
・物流費の削減、迅速な製品供給

パートナー企業との協働による価値創造

S 製造委託先との経営の安定／消費者の安全・安心

E 持続可能な資源利用／茶殻リサイクルシステム（省資源・リサイクルによる環境負荷低減とコスト削減）／環境に配慮した物流体制

製造・物流

営業・販売

営業・販売

P.26

ルートセールス
・新規顧客の獲得
・既存顧客の強化

伊藤園ティーテイスター制度
・緑茶市場の活性化
・お茶の専門集団による営業・販売力の強化

「伊藤園お～いお茶新俳句大賞」
「お茶で日本を美しく。」
・付加価値による売上・シェア拡大

地域に根差した営業・マーケティング活動

S 災害時やパンデミック下の機動的で安定的な商品供給

E 各地域での環境保全活動
エコドライブ

G コーポレート・ガバナンス／リスクマネジメント／コンプライアンス

研究

お茶の価値を科学の目でとらえ、
「人生100年時代を豊かに生きる」ための生活改善提案を
目指しています。

中央研究所長
衣笠 仁

「人生100年時代を豊かに生きる」ためには、私たちの心身の健康が最大の資産であり、平均寿命と健康寿命の差をいかに縮められるかが課題です。古くから経験の中で認められてきたお茶の様々なおいしさや健康性を、科学的に研究、解明し、新たに提案することで、未来の食卓改善提案や生活習慣の改善に貢献していきます。

中央研究所の研究体制

当社では、お茶やその他食品の基礎・応用研究を行う中央研究所をはじめ、社会・環境に配慮した事業拡大を担う各部署が連携し、事業の持続可能性を高め、社会・環境に貢献していきます。

基本的な考え方

当社の研究開発部門では、製品開発コンセプトである「自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい」のもと、基礎・応用研究を進めています。また、多様な関係者との協働を通じて、お客様へさらなる健康価値の提供を行うほか、飲料の新しい容器や充填方法の開発、製造工程で排出される茶殻の有効活用のシステム化といった社会・環境に配慮した研究を行い、事業化を推進しています。

今後も、お茶のトップメーカー、また総合飲料メーカーとして食材の健康性以外にも「おいしさ」や「環境」に関する研究・技術開発をたゆまず続け、お客様に健康で豊かなライフスタイルの提案を続けていきます。

● 基本的な考え方に基づいた3つの重点テーマ

おいしさ	素材の持つおいしさを最大限引き出し、それを長期間味わえる技術を追い求めるとともに、ライフスタイルの変化に合わせたおいしさの再発見につながる研究を進めています。
健康	お客様の多様化するライフスタイルに合わせて、健康な毎日をお過ごしいただけるよう、飲料・食品の素材の健康性に関する研究を進めています。
環境	当社の事業を通じて、社会・環境課題の解決に貢献していくため、環境に配慮した容器の開発や、廃棄物の削減・リサイクルにかかわる新たな技術開発に挑戦しています。

人生100年時代に向けての課題設定

人生100年時代といわれるようになり、元気でいられる健康寿命をいかに延ばすかが社会課題となっています。中央研究所では、日々の生活の質をお茶を用いた食生活の改善により向上させることはできないかと考え、人生100年時代に向けて3つの研究課題を設定しています。得られた研究成果とともに、2019年5月と11月に「伊藤園健康フォーラム」を開催し、外部専門家を交えてお茶の健康性をお伝えしました。

3つの研究課題

1. 超高齢社会対策に関する研究課題

抹茶、テアニンの健康性の解明
・緑茶抹による認知症予防

2. 生活習慣病、生活の中の疾病予防に関する研究課題

茶カテキンの健康性の解明
・体脂肪の吸収を抑制
・コレステロール低下

3. おいしさの解明に関する研究課題

お茶と料理の相性を解明
・「お茶」と「出汁」、うま味の相乗効果

主な研究結果

緑茶・抹茶の認知症予防効果の検証とメカニズムの解明

伊藤園中央研究所は、株式会社島津製作所、筑波大学発ベンチャーの株式会社MCBIの3社共同で、軽度認知障害を対象にした、抹茶の認知症予防効果を検証する臨床試験を実施した結果、テアニン含有量の高い緑茶抹を継続的に摂取(お点前用抹茶2g相当)することで、認知機能の低下が抑制され、予防効果が認められました。これらの研究結果をもとに、新たな緑茶・抹茶の可能性として、軽度認知症予防につながる製品開発につなげています。

▶ P.34 リーフ(茶葉)・抹茶製品

生活の中の疾病予防に向けた取り組み

認知症とも関連が深いとされる、糖尿病や高血圧などの生活習慣病も、大きな社会課題の一つです。伊藤園中央研究所では、緑茶に含まれるガレード型カテキンが、コレステロール吸収を抑え、血中の悪玉コレステロールを低下させることを実証しました。

「伊藤園健康フォーラム」

お茶の健康価値をテーマにした「伊藤園健康フォーラム ～お茶で人生100年時代を豊かに生きる知恵～」を開催し、お茶の健康性をお伝えしました。今後も「お茶の伊藤園」として日本文化の一つであるお茶のさらなる健康価値を訴求するとともに、お客様の健康に貢献していきます。

学びの場

「学びの場」では、体調をくずしやすい季節などに生活の質を高めるための、お茶やカテキンとの上手な付き合い方について、専門家の方々と一緒に考えるパネルディスカッションを実施しました。

体験の場

「体験の場」では、日常生活でお茶を楽しむ活動「お茶活」をキーワードに、どのように生活にお茶を取り入れればいいのかを体験していただくスペースや、当社の研究開発のご紹介などの展示を行いました。

企画・開発

「STILL NOW」の精神で常にお客様の声に耳を傾け、自然素材を活かした安全・安心の品質で、お客様の健康的なライフスタイルへの提案を行い、製品ライフサイクルを通じた資源循環にも取り組んでいます。

マーケティング本部長
志田 光正

当社は、ルートセールスやVoice制度等を通じて常にお客様の声に耳を傾け、5つの製品開発コンセプトに基づいて製品を開発し市場を創造してきました。現代は、超高齢社会、働き方の多様化などに加え、コロナ禍によるストレスの増加や健康への関心が高まっています。私たちは、これまで培ってきた研究開発力と提案力を結集し、昔から身近にあるお茶や自然素材の力を活かして、お客様の健康課題解決に貢献していきます。

Voice制度に基づく社員提案件数
（2020年4月期）
9,462件

5つの製品開発コンセプト

- **自然** 自然の素材を活かした製品
- **健康** 健康的な生活をサポートする製品
- **安全** 安全で安心して楽しめる製品
- **良いデザイン** おいしさをストレートに伝えるデザイン
- **おいしい** 幸せを感じるおいしさ

お茶で培ったノウハウを他製品カテゴリーに展開

当社の強みは、畑からお客様の手元に届くまで、一貫した品質へのこだわりと環境負荷低減の両立を実現できるバリューチェーンにあります。茶事業で培った、原料から最終製品、廃棄物に至るまでの垂直統合型のビジネスモデルを、他の製品カテゴリーにも展開しています。

		緑茶	麦茶	コーヒー	野菜
企画・開発	5つの製品開発コンセプト（自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい）				
原料調達	・製品用途に合わせた原料開発 ・持続可能な農業	ドリンク製品専用茶葉の開発 茶産地育成事業 GAP認証の取得	国産大麦の契約栽培の取り組み	DLTC社の自社農園（コスタリカ） RFA認証*1の取得	専用原料（にんじん「朱衣」、大麦若葉等）
原料加工	・独自の原料加工技術	原料茶葉の香りと味わいを高める「鮮度火入れ」（マイクロ波火入れ）	「やかん品質」へのこだわり（熱風焙煎・媒体焙煎）	国内焙煎100%	ナチュラルスイート製法等
製造物流	・環境に配慮した製造技術 ・資源循環の取り組み	茶殻リサイクルシステム 容器軽量化	むぎ茶殻リサイクルシステム 容器軽量化	シルバースキン*2・リサイクル	ECO容器
注目される価値		緑茶に含まれているカテキン・テアニン	暑さ対策（水分・ミネラル補給）ノンカフェイン	コーヒーに含まれているクロロゲン酸等	野菜やビタミンを手軽に摂れる

*1 RFA認証：レインフォレストアライアンス（DLTC社の自社農園と精選工場の一部で取得）　*2 シルバースキン：コーヒー生豆を焙煎する工程で取り除かれる薄い種皮

健康的なライフスタイルを支える提案

当社は、日本人の国民飲料であるお茶をお客様のライフスタイルの変化や飲用シーン、幅広い世代のニーズに合わせて、製品を提案してきました。身近なお茶で、お客様の健康的な生活習慣をサポートするとともに、多様化する健康課題やストレス等に対して、付加価値の高い製品やサービスの提案を拡充させていきます。

「体脂肪を減らす」機能性表示食品の提案

「お～いお茶 濃い茶」はガレート型カテキンの働きで体脂肪を減らす機能が認められています。手軽に健康的な生活習慣をサポートする飲料として、2004年の発売以来、累計販売本数は50億本を突破しました。

当社初のカフェインゼロ緑茶飲料

2020年6月には、カフェインの摂取を控えたい妊婦や子育て中の女性、小さなお子様などに向けて、「お～いお茶 カフェインゼロ」を発売しました。

おうち時間をサポートする「#IeTimeOEN（家タイム応援）プロジェクト」

2020年5月～6月、コロナ禍の「在宅勤務」や「おうち時間」の増加などに合わせ、デジタルを活用し、伊藤園ティーテイスターがお茶の楽しみ方や飲用シーンを発信する取り組み「#IeTimeOEN」を実施しました。

伊藤園ティーテイスター
「#IeTimeOEN（家タイム応援）プロジェクト」

環境に配慮した容器・包装の取り組み

日本初*植物由来の生分解性フィルターを「お～いお茶 緑茶ティーバッグ」に採用

*マチ付きシングルチャンバーティーバッグとして日本初

「お～いお茶」電子レンジ対応345mlペットボトル「100%リサイクルペットボトル」使用

▶ P.40 伊藤園グループ中長期環境目標

共有価値創造プロセス

独自性と強み

- 全社員が商品企画・開発などの提案ができるVoice制度
- 様々な「世界初」「業界初」製品による市場創造力と強いブランド力
- 自然素材を活かした製品開発力
- お客様の健康的な生活に貢献する豊富な商品ラインアップ

E（環境）S（社会）の取り組み

- 容器包装の資源循環の取り組み（リサイクルペットボトル、生分解性フィルター、ECO容器等）
- 伊藤園ティーテイスターによる「お茶っこ会」など、被災地におけるコミュニケーションの場を設ける取り組み

健康で豊かな生活をサポート

環境に配慮した容器包装

調達

生産者と協働で高品質な原料を作り上げ、
共存共栄の関係を強固にすることで、高品質原料の安定調達
と持続可能な国内農業の発展に貢献していきます。

農業技術部長
植田 幸市

当社は、急須用のお茶や緑茶飲料製品など、お茶の飲み方や用途に合わせ、最適な原料を開発しています。長年取り組んできた茶産地育成事業では、生産者と協働で用途に応じたお茶の栽培方法を作り上げ、高品質な原料の安定調達と製品の差別化を実現しています。また、当社独自の技術とノウハウを生産者に提供し、生産された茶葉は全量買い取る契約栽培方式を採用し、安定した茶園経営や耕作放棄地の有効活用にも貢献しています。

共有価値創造プロセス

独自性と強み

- 国内荒茶生産量約4分の1の原料調達力
- 茶産地育成事業等の取り組みによる高品質茶葉の安定調達とコスト低減
- 専用原料茶による製品の品質向上と他社との差別化、トレーサビリティの確立

E（環境）S（社会）の取り組み

- 市場価格に左右されない安定的、持続的な農業経営
- 耕作放棄地の有効活用（新産地事業）、雇用の創出
- 適正な施肥などによる環境保全型農業
- GAP認証の取得推進

持続的な競争優位性

持続可能な農業の推進

持続可能な競争優位性、持続可能な農業の推進の主な取り組み

特徴ある原料の開発・調達の強化

飲料専用茶葉やカフェイン量を抑えた茶葉、海外需要に対応する抹茶原料などの原料開発

産地拡大

九州5県に加え静岡県での新産地事業の拡大や、島根県での契約栽培などによる茶産地育成事業の拡大

品質と安全性

供給者評価の実施

・グループ調達方針に基づきアンケートによる供給者評価や定期的な現地訪問を実施
・年1回の品質会議を通じた継続的な品質改善
・問屋や商社経由の市場調達については、一次サプライヤーへの供給者評価の実施および年1回の品質会議の開催

GAP認証取得の推進

茶産地育成事業のほぼすべての農園において、GAP認証*を取得しており、2021年4月期中に100%の取得となる予定

*食の安全や環境保全に取り組む農場に与えられるGAP認証制度には、世界基準である「グローバルGAP」のほか、日本GAP協会が展開する「JGAP」「ASIAGAP」などがあり、ここではこれら3つの認証のうちいずれかを取得した農園を指します。

茶産地育成事業

茶産地育成事業には、既存産地での「契約栽培」と、茶畑づくりから始める「新産地事業」の2つがあります。「契約栽培」とは、既存の茶農家を対象に、当社製品向けの茶葉を生産していただき、全量買い取りするという契約です。「新産地事業」は、地元の事業者などが主体となって、自治体等と協力しながら耕作放棄地などを積極活用して新たに大規模な茶園を造成し、当社は技術指導、ノウハウ提供を行い、当社向けの茶葉を生産していただく事業です。

事業方針

- 品質向上と低コスト化
- 茶業の安定経営と原料の安定供給
- 環境と共存する茶園経営の推進

事業の特徴

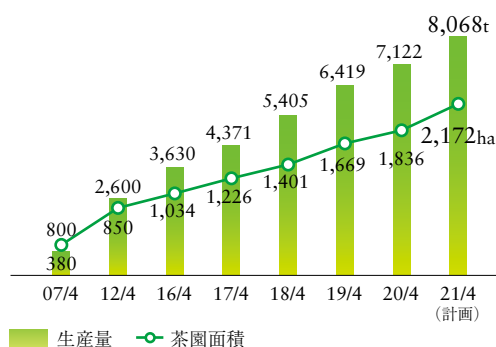
- 大規模茶園経営
- 機械化による省力管理
- 当社独自の生産技術の導入
- 契約取引

新産地事業は6県8地区で展開

茶園総面積443ha（2020年4月期）

▼ 九州5県

▼ 静岡県
（2020年8月展開開始）

茶産地育成事業の推移

茶栽培のノウハウを活かした契約栽培（青汁・にんじん「朱衣」）

一部の新産地事業で、茶栽培の農閑期に青汁の原料である大麦若葉の複合生産による生産性の向上を図っています。また、野菜飲料に使用される伊藤園専用にんじん「朱衣*」の栽培にも取り組んでいます。

▶ P.38 野菜・青汁

*「朱衣（しゅい）」は伊藤園が長年にわたる比較栽培、加工評価の末、約50品種の中から選び抜いたにんじんです。その特長は①β-カロテンが一般のにんじんの約1.5倍含有、②糖度は1.1～1.3倍、③アク（灰汁）が少ないの3点。野菜の専門家が集まる第5回野菜ソムリエサミット（2011年）「テーマ：にんじん 生食・蒸し部門」において第1位に選定されるなど専門家からの評価も高い。

青汁原料「大麦若葉」の栽培

伊藤園専用にんじん「朱衣」

▶▶ 新産地事業を通じたコミュニティ課題解決

宮崎県の事例

宮崎県都城市では、伊藤園の「充実野菜」用のにんじんの契約栽培に加え、2001年にJA都城と伊藤園で茶産地育成事業の協定を締結しました。同年7月にはJA都城の子会社として「農業生産法人 有限会社アグリセンター都城」が設立され、2006年には約40ヶ所の茶園を集約した100haの茶畑が完成しました。同センターでは、農業経験者のみならず、茶園造成などに必要となる土木建築の経験者など、若い社員を積極的に採用し、農業の拡大とともに雇用の輪も広がっています。

事業者・自治体
持続的な農業経営
耕作放棄地の有効活用

伊藤園
高品質茶葉の
安定調達とコスト低減

製造・物流

パートナー企業とのさらなる協働を深めながら、
安全・安心な製品の安定供給と環境・社会の両面に
配慮した持続可能なサプライチェーンを構築していきます。

取締役 専務執行役員
生産本部長
中野 悦久

ファブレス方式による全国5ブロック生産・物流体制

当社では、調達した荒茶を製品向けに火入れ、ブレンドし、飲料原料として製造する段階までを担い、以降の工程である茶の抽出およびボトリングは、飲料製造企業に委託する「ファブレス方式*」(沖縄県を除く)を採用しています。これにより、設備投資コストを削減し、需要に即した生産量調整、委託先の特性を活かした最適ライン構築につなげるビジネスモデルとなっています。

また、お客様に安全・安心な製品をいち早くお届けするため、現在は約50の協力工場と全国5ブロック生産・物流体制を構築しています。消費地に近い工場で製造することで、物流効率の向上だけでなく鮮度の良い製品をお客様にお届けすることができます。

品質面では、原料から製品がお客様の手元に届くまで、徹底した品質管理とトレーサビリティを確保しています。

*ファブレス方式:自社工場を持たない生産の仕組み

品質管理

伊藤園グループでは、環境・品質方針を定め、協力工場を含めた関係者と協働で、環境・社会の両面に配慮した供給体制の確立に努めています。製品は当社の品質管理基準を満たした工場で製造し、定期的に品質会議を開催し、安全・安心な製品づくりを徹底しています。

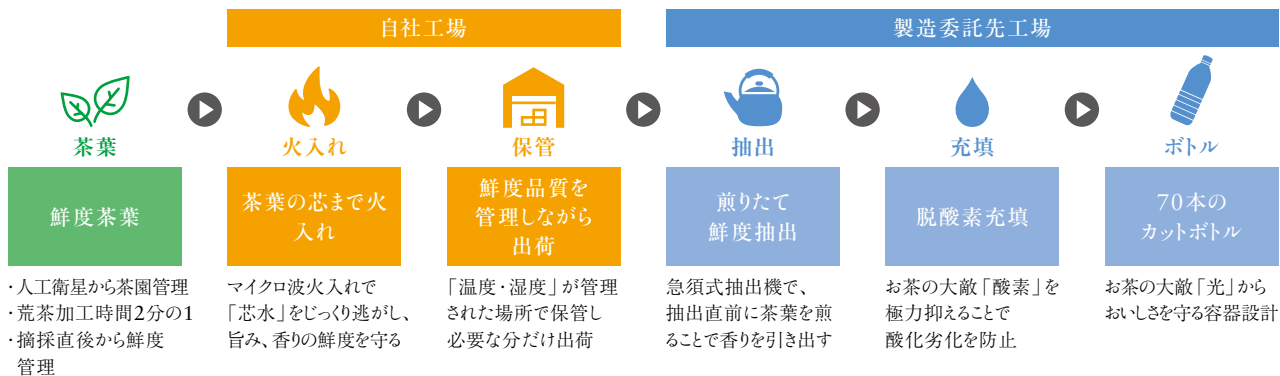
物流面では、各委託先企業に対し当社が定める輸送・保管などに関する項目について定期的に評価監査や会議を行い、安全・安心を徹底しています。

また、喫緊の課題となっている海洋プラスチックごみ問題や気候変動、サプライチェーンにおける社会課題などへの対応を強化するため、2020年1月に主要委託先企業とのESG連絡会議を開催しました。

トレーサビリティの確保

国産緑茶の飲料および茶葉製品については、お客様の手元に届く最終製品のロット番号から、製造工場、製造日時、原料、農家の栽培状況を把握できます。輸入原料を扱う野菜飲料についても、トレーサビリティを確保しています。

「鮮度」と「おいしさ」を実現するサプライチェーン(お～いお茶)

	自社工場		製造委託先工場		
茶葉	火入れ	保管	抽出	充填	ボトル
鮮度茶葉	茶葉の芯まで火入れ	鮮度品質を管理しながら出荷	煎りたて鮮度抽出	脱酸素充填	70本のカットボトル
・人工衛星から茶園管理 ・荒茶加工時間2分の1 ・摘採直後から鮮度管理	マイクロ波火入れで「芯水」をじっくり逃がし、旨み、香りの鮮度を守る	「温度・湿度」が管理された場所で保管し必要な分だけ出荷	急須式抽出機で、抽出直前に茶葉を煎ることで香りを引き出す	お茶の大敵「酸素」を極力抑えることで酸化劣化を防止	お茶の大敵「光」からおいしさを守る容器設計

パートナー企業との協働による課題解決

環境配慮型の容器等の開発

東洋製罐株式会社と開発した「NSシステム*」では、常温での無菌充填でボトルの殺菌処理に殺菌剤を使用しないため、殺菌剤を洗い流す多量の水が不要となります。また、ボトルが高温にさらされるのは温水でのボトル殺菌時のみのため、ボトルの耐熱性を低く抑えられ、軽量化が可能になりました。軽量化により資材の使用量の削減と配送時のCO_2排出量削減につながっています。

*NSシステム:「Non-Sterilant(殺菌剤を使用しない)」

・製造時に使用する洗浄水の削減
・ボトル資材の軽量化
・製造エネルギー、配送エネルギーコストとCO_2排出量の削減

- 充填工場でのボトル成形
- 薬剤不使用
- 常温充填
- 高温水洗浄、冷却工程不要

物流効率と環境負荷低減への取り組み

全国を5つのブロックに分けて飲料製品を委託製造することで、生産工場と消費地の輸送距離を短くし、輸送エネルギーの消費を抑制しています。また、トラック等の自動車で行われている貨物輸送を環境負荷の小さい鉄道や船舶の利用へと転換するモーダルシフトの取り組みを推進しています。

モーダルシフトの取り組みに対する受賞

2017年7月
平成28年度エコシップ・モーダルシフト事業優良事業者として「国土交通省海事局長表彰」受賞

2018年6月
第19回物流環境大賞
「物流環境特別賞」受賞

全国5ブロックの生産・物流体制

・物流費の削減、迅速な製品供給
・環境に配慮した物流への取り組み

共有価値創造プロセス

独自性と強み

- 茶葉、大麦、コーヒー豆などの独自の原料加工技術
- 外部の飲料工場に製造委託するファブレス方式
- 高品質製品の製造とコスト低減を実現するNSシステム
- 消費地に近い委託先工場で製造し製品をお届けする、全国5ブロックの生産・物流体制

E(環境)S(社会)の取り組み

- NSシステムによる容器軽量化の実現、エネルギーと水使用量の低減
- 製造・物流に伴うCO_2排出量の削減
- 茶殻リサイクルシステム
- 製造委託先とのESG連絡会議等による連携強化

安全・安心な高品質製品の供給

環境負荷の低減

営業・販売

地域密着型営業の特色を活かし、withコロナ時代のお客様のニーズに寄り添い、これまで以上にお客様との強い信頼関係づくりに努め、持続的な成長を実現していきます。

代表取締役副社長
執行役員 営業統括本部長
本庄 周介

チーム伊藤園による広域と地域の営業網

伊藤園のマーケティング力の源泉は、地域密着型の営業「ルートセールス」にあります。ルートセールスは、よりお客様に近い場所で市場情報を収集・把握できる点が強みです。全国196拠点と約3,500名の営業員が製品の説明から商談、納品までを自ら行い、お客様との接点を大切にすることで現場で得た最新情報を、Voice制度を通じてマーケティングや営業活動に活かしています。新型コロナウイルスにより生活環境は大きく変化していますが、お客様に商品を安定的にお届けするため、ルートセールス網による機動的な対応に努めています。

大手企業を担当している法人営業、CVS（コンビニエンスストア）やスーパーなどを担当している流通営業など、小売業態に応じてきめ細かく商談できる体制を整えています。また、小売部門として、百貨店やショッピングモール、空港などでお茶の専門店を展開しており、ここから得られる市場情報が製品開発などにフィードバックされることも当社の強みです（全国122店舗）。

このように、当社とお客様をダイレクトに結び、お客様との接点を強化することで、最適な売り場提案ができるようチーム伊藤園による広域と地域に密着した営業活動を展開しています。

ルートセールスの仕組み

・お客様との直接の接点
・きめ細かな対応は販売活動の要
・現場単位で機動的に対応

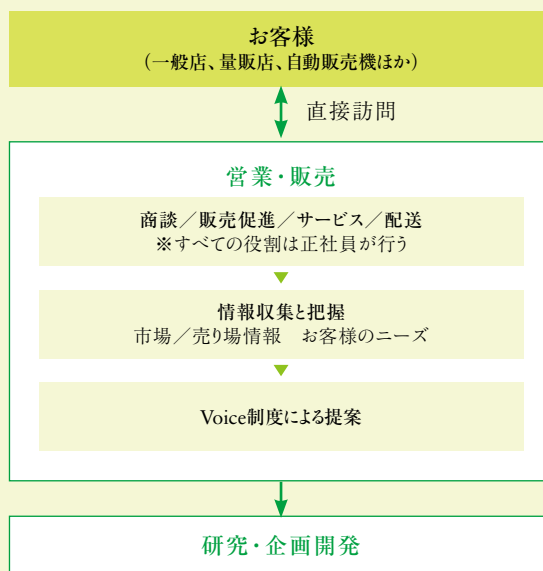
ルートセールスを活かした情報収集プロセス

お客様
（一般店、量販店、自動販売機ほか）

↕ 直接訪問

営業・販売
商談／販売促進／サービス／配送
※すべての役割は正社員が行う
▼
情報収集と把握
市場／売り場情報　お客様のニーズ
▼
Voice制度による提案

↓

研究・企画開発

共有価値創造プロセス

独自性と強み

- 地域密着型のルートセールスシステムと量販店、CVS、法人営業を組み合わせた営業体制
- 営業拠点別・部門別の損益管理に基づく採算管理
- お茶の専門店・百貨店と量販店・一般店等におけるリーフ（茶葉）製品の多様な販売チャネル
- 伊藤園ティーテイスター資格保有者2,289人による販売促進活動

E（環境）S（社会）の取り組み

- 災害時やパンデミック下の各地域営業拠点における機動的で安定的な商品供給体制
- 各地域での環境保全・整備活動の実施
- 自動販売機の省エネ管理（ヒートポンプ式導入率92.7%）
- 災害対応型自動販売機 1万8千台（2020年4月期）

持続的な利益の獲得

地域コミュニティでの共有価値創造

with コロナ時代に即したお客様に必要とされる自動販売機の取り組み

重要な販路である自動販売機は、好ロケーションを重視し、収益性向上につながる営業努力をしています。クリーンネス（衛生）、キャッシュレス（非接触）、ウェルネス（健康）の3つを柱に、お客様の健康的な生活のサポートと安心してご利用いただける売り場づくりに努めています。また、災害対応自動販売機や抗菌効果に加え、ヒートアイランド現象緩和効果のある茶殻配合シート装着型自動販売機、そしてESG重点課題「コミュニティと人権」等の視点による社会貢献型自動販売機などで他社との差別化を図っています。

お客様に必要とされる自動販売機の取り組み

1 クリーンネス（衛生）

自動販売機の購入ボタンなど消費者が触れる箇所のアルコール除菌や清掃の徹底に加え、抗菌効果のある茶殻を配合した茶殻抗菌シール*1や抗ウイルスシート*2を貼り付けることで、安心してご購入いただける衛生的な自動販売機展開に取り組んでいます。

茶殻抗菌シール

2 キャッシュレス（非接触）

QRコード決済が利用できるITアクセス機を積極的に導入し、キャッシュレス対応自動販売機を2万台展開しています（2020年7月時点）。

QRコード決済対応カードリーダー

3 ウェルネス（健康）

「人生100年時代」に向けて、健康を意識した商品ラインアップを豊富に取り揃えた「ウェルネス自動販売機」を展開しています。健康経営に取り組む企業向けの自動販売機としても採用され、お客様の健康意識向上のきっかけとなり、設置先様からは「健康維持による活力サポートとなる」「組織の活性化につながる」など、お声をいただいています。

---

*1 大腸菌、MRSA、サルモネラ菌、白癬菌を用いて抗菌力評価試験を行ったところ、抗菌効果が認められました。
試験方法：茶殻配合シートを「JIS L 1902：2002 菌液吸収法」に従い、菌液（大腸菌、メチシリン耐性黄色ブドウ球菌（MRSA）、サルモネラ菌、白癬菌）を接種し、37°C・18時間保存後、生菌数を測定

*2 「RIKEGUARD®FILM」使用（リケンテクノス株式会社）。エンベロープ有／無の両方の特定のウイルスに対して、フイルム表面のウイルス数が減少。
試験方法：5cm角の試験片（抗ウイルス加工品と無加工品）に0.4mL のウイルス液を滴下し、25°C×24時間静置後、試験片上のウイルスを洗い出して回収した後、ウイルス感染価を測定します（ISO21702 に準拠）。
※すべてのウイルスに対して検証がなされたものではありません。

TOPIC

新型コロナウイルス感染拡大に伴う、医療従事者および感染軽症者の受け入れを表明された宿泊施設への支援

感染症指定病院を含む596ヶ所の病院、および軽症者の受け入れを表明された宿泊施設56ヶ所に対して、当社の茶系飲料製品やリーフ製品（ティーバッグおよびインスタント製品）など、約7,800万円相当を寄付させていただきました。

寄付製品の一例

「お～いお茶 緑茶」280mlペットボトル
約42万本

「お～いお茶 緑茶」190g缶
約16万本

ホテル・レストラン用リーフ製品
約86万本

営業活動を通じた環境課題への取り組み

営業員による空き容器回収

当社のルートセールスの営業員が「リサイクルBOX」(自動販売機横の空き容器入れ)から直接回収してくる缶やペットボトルは、すべて適正な再資源化事業者により、埋め立てや焼却されることなく有効資源としてリサイクルされています。

営業員の声

リサイクルBOXの中には、ペットボトルや缶以外のものも多く捨てられています。「混ぜればごみ、分ければ資源」という考え方のもと、分別をしっかりしていただくことが有効資源の活用につながります。

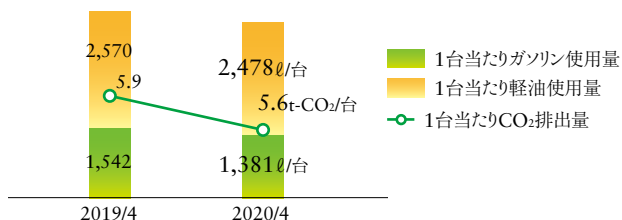
高井戸支店
倉橋 悠太

CO_2排出量の削減

低公害車の導入とエコドライブの推進

低公害車の積極的な導入や営業ルートの効率化やエコドライブの推進により、車両燃料使用量、およびCO_2排出量の削減に努めています。

低公害車採用率
99.9%
(2020年4月期)

1台当たりの車両燃料使用量・CO_2排出量

ヒートポンプ式自動販売機拡大による省エネルギー推進

庫内冷却で発生した熱を利用して加温を行うヒートポンプ式自動販売機を拡大しています。

ヒートポンプ式採用率
92.7%
(2020年4月期)

茶殻配合シート装着型自動販売機

抗菌消臭効果やヒートアイランド現象の緩和効果があり、病院・介護施設や、環境・景観を考えた屋外向けに設置されています。

茶殻配合シート装着型自動販売機

「お茶で琵琶湖を美しく。」水資源保全に向けた活動

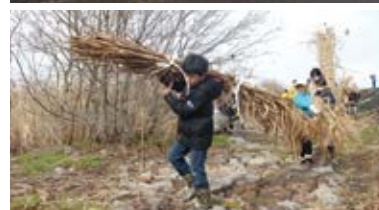
日本一大きな湖である琵琶湖の水質保全のため、伊藤園では2008年から「お茶で琵琶湖を美しく。」キャンペーンを実施し、関西地域の「お～いお茶」の売上の一部を寄付するとともに、伊藤園社員および一般公募参加者によるヨシ刈りを毎年継続的に行っています。

第17回
日本水大賞
「経済産業大臣賞」
受賞

寄付金の使途

①ヨシ群落の保全育成
②ヨシボランティア活動促進
③ヨシ環境教育支援

※琵琶湖のヨシ群落保全区域：
1955年 260ha、1991年 127ha、2016年 184ha

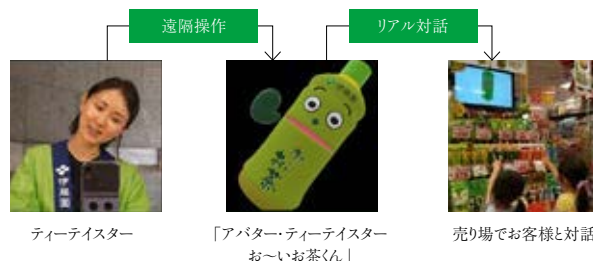
「お茶で琵琶湖を美しく。」キャンペーンのこれまでの活動報告については、こちらをご参照ください。
https://www.itoen.co.jp/itoen-motherlake/

ヨシ刈り体験の様子

地域コミュニティへの貢献

伊藤園ティーテイスターによるお茶の魅力の発信と販促活動

お茶に関する豊富な知識を有する伊藤園ティーテイスターが、イベントや全国各地で開催される「大茶会」で店頭に立ち、お茶のいれ方の実演等を通して、お客様にお茶の魅力を伝え販売促進につなげています。

毎年10月1日の「日本茶の日」や新茶時期といったリーフ製品の需要期などに「大茶会」を実施し、ティーテイスターが参加

ティーテイスター　「アバター・ティーテイスター お～いお茶くん」　売り場でお客様と対話

2020年は各地の一部店舗売場に、遠隔操作で動く「アバター・ティーテイスター お～いお茶くん」を配置しました。
※「アバター・ティーテイスター お～いお茶くん」：店頭にティーテイスターが立たずに、お客様に遠隔で製品をおすすめしたり、質問への回答や対話ができるシステム

「お茶で日本を美しく。」キャンペーン

2010年より「お～いお茶」売上の一部を日本全国の環境活動等に寄付する「お茶で日本を美しく。」キャンペーンを実施し、各地域の自治体に寄付金を贈呈するほか、伊藤園社員が環境保全・整備活動に参加し、各活動の認知・理解促進を図っています。地域課題の解決に貢献しつつ、全国各地の営業網の強みを発揮できるマーケティング活動の基盤となっています。

福島県内の森林保全・育樹活動の様子

「伊藤園お～いお茶新俳句大賞」

「伊藤園お～いお茶新俳句大賞」は、1989年にスタートしました。「季語」「字余り」「字足らず」などのルールにとらわれず、感じたこと、思ったことを五・七・五のリズムに乗せて自由に表現する独自の表現手法を用いるため、「新俳句」としています。

新俳句を通じて、文化・教育に寄与し、お茶と言葉の力で日々の暮らしに寄り添い、人と人をつなぐ場を提供していきます。

2020年 第31回「伊藤園お～いお茶新俳句大賞」

応募数 世界63ヶ国・地域
195万4,888句
（累計応募数 世界93ヶ国・地域　3,765万句以上）

累計応募数
3,765万句以上

文部科学大臣賞受賞作品が掲載された「お～いお茶」

オンライン入賞作品発表会

進化する「お～いお茶」

「お～いお茶」は誕生から31年目を迎え、時代とともに変化するお客様のライフスタイルに合わせて、様々な飲用シーンや購買層などに応じて、求められるおいしさや手軽さなどを追求してきました。

現代は、超高齢社会やコロナ禍などを背景に生活環境が大きく変化し、健康への関心が高まっています。お茶は古来、薬や社交の道具、栄養補給源、食べ物としても用いられてきました。お茶の持つ様々な可能性で、お客様の健康で豊かな生活に貢献することを目指し、「お～いお茶」はこれからも進化し続けます。

飲むを軸に進化

「家庭で飲む」屋内飲料
従来の量り売りから
パック茶の販売開始

いつでもどこでも
飲める屋外飲料へ

業界に先駆けた
容器開発等による
飲用シーンの拡大

お茶の嗜好性の
多様化

1960年代　1980年代　1990～2010年代

1966
伊藤園の前身であるフロンティア製茶がパック茶を販売開始

1985
世界初の緑茶飲料
「缶入り煎茶」発売

1989
「お～いお茶」
ブランド誕生

1990
世界初のペット
ボトル入り
緑茶飲料
発売

2000
ホット対応
ペットボトル製品
発売

2016
電子レンジ対応
ペットボトル製品
発売

社会・環境課題への取り組み

持続可能な原料調達

・茶産地育成事業 ▶ P.23 調達
・GAP認証の取得（2020年度に100％）
・トレーサビリティの確立

製造・物流での環境負荷低減

・NSシステムの導入による容器の軽量化
・配送エネルギーコストの低減
▶ P.25 製造・物流

茶殻の資源循環への取り組み

・茶殻リサイクルシステムによる工業製品の開発
・お茶の樹が吸収したCO_2の製品中への固定
▶ P.37 茶殻リサイクルシステム

ティーテイスター活動

・日本茶文化の啓発活動などによるお茶の価値の発信
▶ P.46 伊藤園ティーテイスターが生み出す価値

容器包装

・ペットボトルの軽量化やプラスチックの使用量削減
・2030年までにペットボトルに使用するリサイクル素材等（生物由来素材を含む）の割合を100％にすることを目指す
・電子レンジ対応容器（345ml）すべてを2019年に「100％リサイクルペットボトル」に切替済
・「お～いお茶 緑茶」ティーバッグ植物由来の生分解性フィルター採用
▶ P.41 伊藤園グループ中長期環境目標

「お茶で日本を美しく。」、「お茶で琵琶湖を美しく。」

・地域の自然環境や文化財の保全活動
▶ P.28 営業活動を通じた環境課題への取り組み
▶ P.29 地域コミュニティへの貢献

伊藤園お～いお茶新俳句大賞

・日本文化の普及・継承
・消費者とのコミュニケーション
▶ P.29 地域コミュニティへの貢献

消費者課題
コミュニティ・社会　地球環境

「お～いお茶」
ブランド販売実績
世界一として2年連続
ギネス世界記録®*に認定

茶系飲料
No.1ブランド

国産茶葉
100%使用

食す

お茶の葉を丸ごと
摂取できる食材として
（茶葉、抹茶など）

テアニン・茶カテキンの働きで「認知機能*の精度を高める」機能性表示食品の抹茶飲料
*認知機能の一部である注意力・判断力

健康で豊かな
生活に貢献する
新たな価値提案

2020年以降

飲む

リーフ（茶葉）から
飲料まで幅広い
製品ラインアップ

ガレート型カテキンの働きで
「体脂肪を減らす」
機能性表示食品

カフェインゼロ
緑茶飲料

簡便性製品
（ティーバッグ・インスタント）

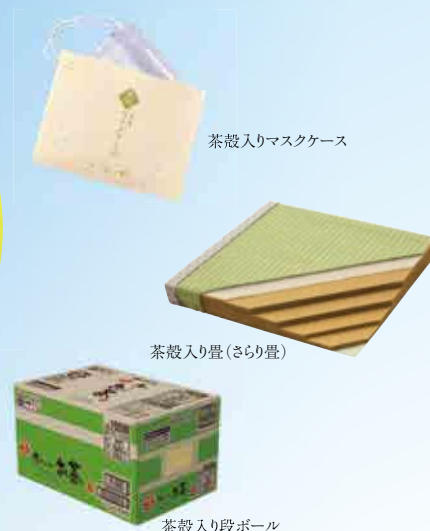
2017
新型ペットボトル
「鮮度ボトル」
発売

「お～いお茶」ブランド

リーフ（茶葉）

使う

お茶の機能を活かした
工業製品として資源を
有効活用

▶ P.37 茶殻リサイクルシステム

茶殻入りマスクケース

茶殻入り畳（さらり畳）

茶殻入り段ボール

伊藤園マーケットシェア
33%
（2019年1月～12月伊藤園調べ）

緑茶飲料市場の状況

緑茶飲料市場
伊藤園シェア
※1～12月

*記録名：「最大のナチュラルヘルシーRTD緑茶飲料」
記録対象ブランド：「お～いお茶」（※ほうじ茶飲料は除く）
対象年：2019年 認定数値：1,882,900,000米ドル（推定）

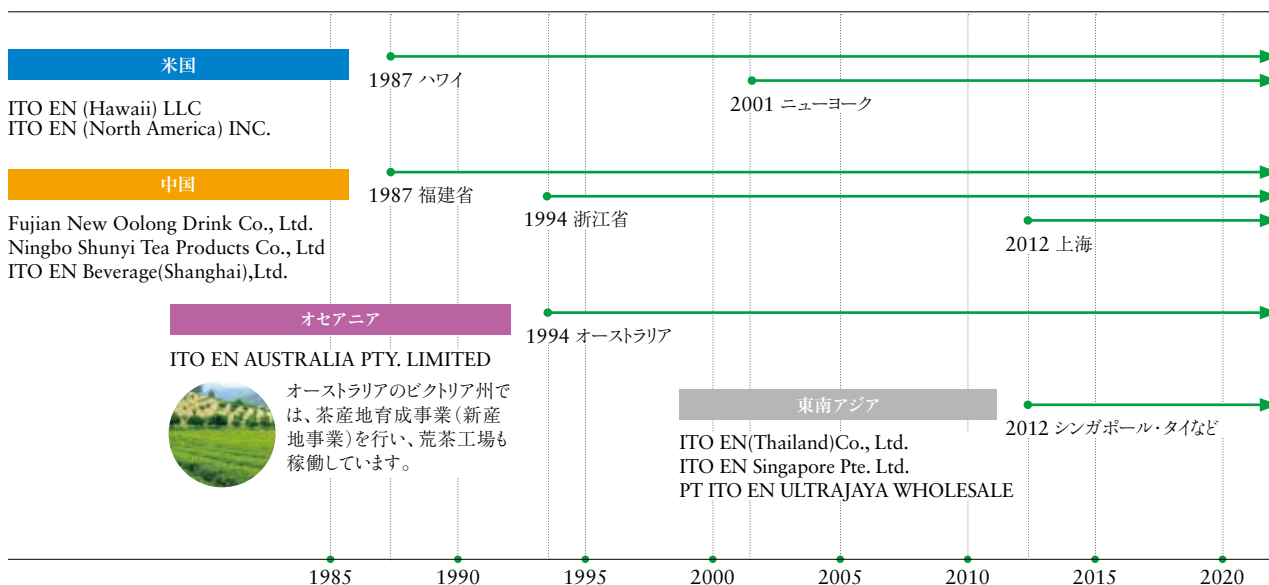
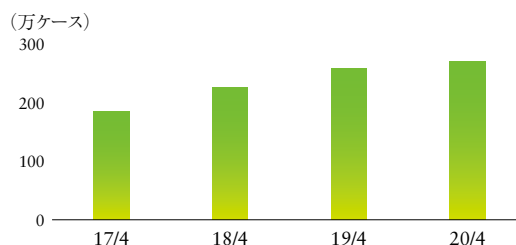
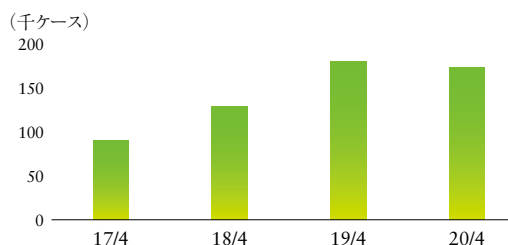
海外戦略

世界的な健康志向の高まりに応えるべく、緑茶の価値を海外のお客様に伝えるため、日本を代表するブランド「ITO EN」として展開しています。日本で培ってきた「茶畑から茶殻まで」のビジネスモデルを応用し、現地での生産を進め、「世界のティーカンパニー」を目指していきます。

海外ブランド戦略

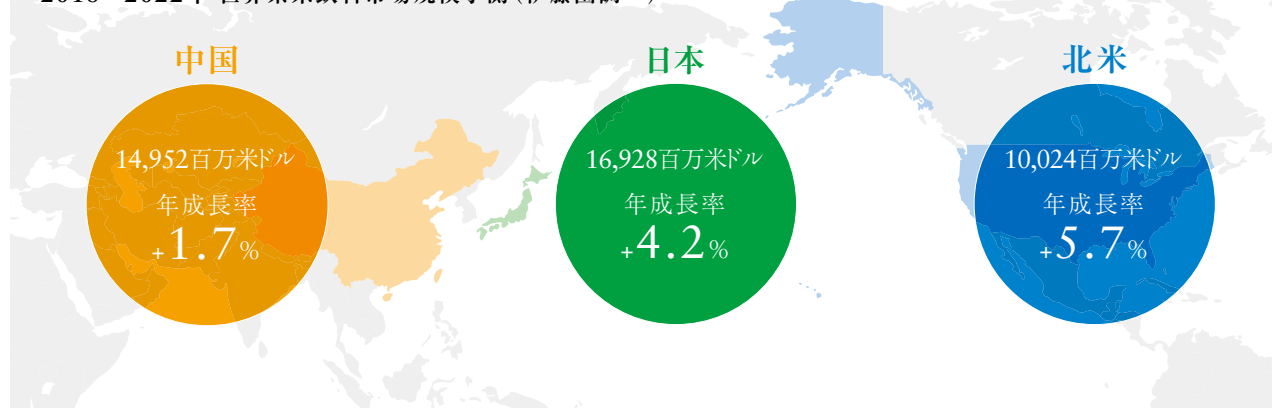
1 「グローバルブランド」の展開強化
(「お～いお茶」／「MATCHA GREEN TEA」)

2 エリア特性に対応した製品展開

海外進出の推移

海外での「お～いお茶」販売推移

海外での「MATCHA GREEN TEA」販売推移

「お～いお茶」
販売国
35ヶ国・地域

世界の茶系飲料市場規模と成長性

和食や抹茶の世界的ブームや健康志向の高まりを背景に、世界の茶系飲料市場は今後も成長を続ける見込みです。2022年には、中国は日本と同等の最大市場になると予測しており、また、北米市場も継続して成長すると考えています。今後も、北米、中国を中心に市場が伸長していく中で、「お～いお茶」を中心とした当社のグローバルブランドを投下し、ECも活用しながら拡販を図っていきます。

2018～2022年 世界茶系飲料市場規模予測（伊藤園調べ）

中国における事業展開

中国事業の基盤確立に向けた展開を行い、現地CVSからスーパー、ECまで、大都市圏での「お～いお茶」の展開に加えて、むぎ茶など無糖飲料を強化しています。

中国で販売される「お～いお茶」と「大麦茶」

米国における事業展開

米国における緑茶の日常生活への浸透と市場の拡大を図るため、大手ナショナルチェーンでより多くの方々に本物の緑茶を普及させると同時に、「ITO EN」ブランドの確立を図っています。

米国の主力商品「お～いお茶」と「MATCHA GREEN TEA」

Commitment

世界における緑茶市場はまだまだ拡大していくと考えています。そのためには、お茶の価値をしっかりお客様に訴求していく必要があります。健康を創造する企業としてお茶を通じて世界中のお客様に何が提供できるのか、その価値を伝えていきながら、世界各国で人々の暮らし、食生活に浸透させていくことを目指しています。

グローバルブランドとして展開する「お～いお茶」と海外専用商品の「MATCHA GREEN TEA」を軸に多くの方に飲んでいただく機会を設け、精力的に緑茶の価値を伝えていくことが、結果として伊藤園のファンを増やし、シェアを広げていくことにつながると考えています。

また、おいしさの重要な要素である鮮度にこだわり、海外での現地生産を推進します。2020年5月よりオーストラリアにおいて、ティーバッグ製品の現地生産を開始しました。茶葉栽培から半完成品である荒茶、仕上げ工程、さらに最終製品であるティーバッグ生産まで一貫した生産体制を整え、オーストラリア産茶葉の製品を現地に根付かせていきます。

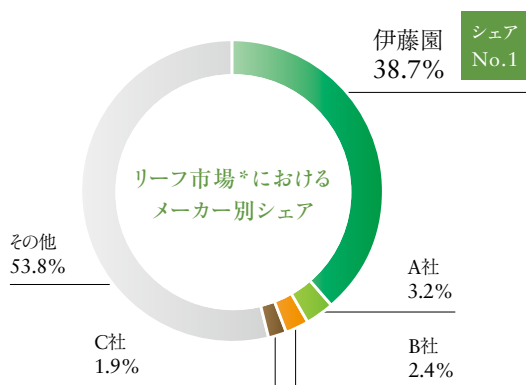
当社はお茶のリーディングカンパニーとして、お茶を通じて、世界のお客様に伊藤園の価値を提供し、人々の健康に貢献していきます。

国際本部長
柳 友彦

リーフ(茶葉)・抹茶製品

製品開発から売場づくりまでの総合的な提案

家庭用からマイボトル用、業務用に至るまでのリーフ市場動向や地域別の市場分析を行い、お客様の嗜好や用途に合わせた幅広い製品ラインアップを取り揃えています。また、棚割システムによる売場提案や水出し・氷水出し製品の提案、伊藤園ティーテイスターによる大茶会などを通じて、リーフ売場の提案と市場活性化に取り組んでいます。

リーフ市場において、量販店、CVSなどを含む全国約4,000店舗の2019年の当社のシェアは38.7%の圧倒的No.1を誇っています。

*緑茶・麦茶・ウーロン茶・健康茶
※ 出典:インテージSRI/2019年1月～12月/金額ベース

市場調査

お茶の市場と販売動向
家庭から業務用に至る市場の動向を把握

地域別お茶の販売動向
地域別のカテゴリー動向と売れ筋の分析

日本茶を主体とする消費トレンド調査
日本茶を中心とした引用および購買に関する調査

ご不満点の発掘
お客様のご不満点・要望などは当社社員を通じてダイレクトに収集(社内Voice制度)

売場づくり

棚割システムによる売場提案
POS分析と棚割の画像提案を実施。売れる定番売場づくりをご提案

年間を通じた販促提案
年間の生活テーマや、季節に応じた販促をご提案

春夏向け	水出しでもおいしい大容量ティーバッグを中心とした展開
秋冬向け	簡便性商品の拡大と日本茶リーフの品揃えを充実

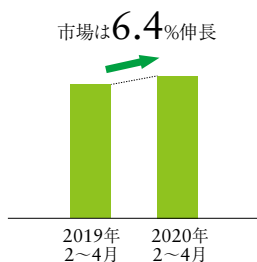
販促什器の提供
エンドから関連販売まで、お店の販売に寄与する各種什器をご用意

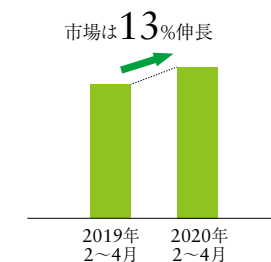
ルートセールスを展開
1店1店細やかな店舗フォローを実現

市場概況

緑茶リーフ市場は減少傾向が続いていましたが、健康志向の高まりや新型コロナの影響による、家庭内需要の増加により、国内の日本茶リーフ市場は2020年2～4月累計で6.4%伸長しました。

中でも、手軽に楽しめる日本茶ティーバッグ市場は13%伸長し、当社は前年同期比+16%、同市場におけるシェアは42%となりました。今後も、「簡単・おいしい」へのニーズを踏まえ、簡便性製品のさらなる品質向上と提案強化を図っていきます。

日本茶リーフ市場の動向*

*100人当たり平均購入金額

日本茶ティーバッグ市場の動向

伊藤園日本茶ティーバッグ前年同期比の販売金額
+16%(シェア42%)

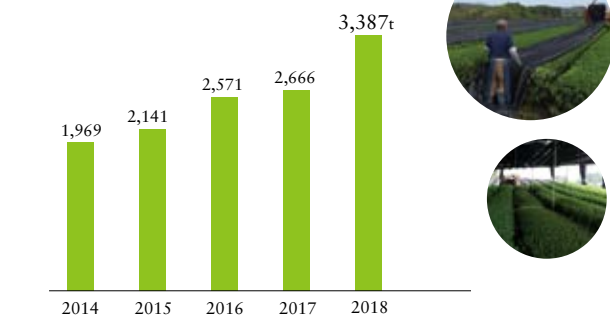
※出典:伊藤園調べ

抹茶市場の活性化

「抹茶」は日本が世界に誇る伝統の食文化の一つであり、食べ物との相性やおいしさ、健康性などにおいて高い評価を得ています。世界的な抹茶需要増加に対応するため、2016年、静岡相良工場内に、専用工場「抹茶工房」を稼働させました。本格的な抹茶から、抹茶加工食品、飲料用・業務用などの幅広い提案で抹茶市場の活性化に取り組んでいます。

抹茶産地の育成

京都府、鹿児島県などで抹茶原料（てん茶）の契約栽培を拡大

抹茶の原料「てん茶」の生産量推移

※出典：全国茶生産団体連合会調べ

独自のクリーン加工技術

独自の加工技術により、用途に応じた良質な抹茶を製造

「抹茶工房」

石臼

石臼で挽かれた抹茶は口当たりがなめらかで、主に茶道用に使用されます。

1時間に生産できる抹茶の量　約20g

ハンマーミル粉砕機

ハンマーミル粉砕機は、抹茶の生産性を高めることができます。

1時間に生産できる抹茶の量　約40kg

石臼の2,000倍

抹茶関連製品

お点前用

抹茶入りティーバッグ

抹茶加工食品

抹茶入り飲料製品

米国を中心に海外展開

「抹茶」を通じて認知機能に関する課題解決に挑む「ITO EN　MATCHA PROJECT」始動

当社はお茶が持つ様々な可能性を探求し、20年にわたり、「カテキン」の基礎研究をベースに、お茶の成分が脳機能に与える効果を科学的に証明する研究に取り組んでいます。その中で、抹茶に含まれる成分「テアニン」の脳神経保護作用や、抹茶の継続摂取により健常中高年者の認知機能の一部が改善することが確認されたことから、「抹茶」を活用し、認知機能に関する課題解決により一層貢献することを目指し、「ITO EN　MATCHA PROJECT*1」を立ち上げました。

活動の第一弾として、機能性表示食品として日本初*2の「認知機能（注意力・判断力）の精度を高める」抹茶商品を発売し、今後もさらに商品開発を進めていきます。

本プロジェクトは、商品化に留まることなく、食生活を中心に、運動、日常会話など広く推進していくことで、人生100年時代において予防と共生という観点から地域課題に積極的に取り組み、お客様の生活をより豊かにできる活動を展開していきます。

*1「ITO EN　MATCHA PROJECT」
当社での20年にわたる研究成果に基づき、脳機能に影響を与える成分を豊富に含む「抹茶」を活用することで、認知機能の課題解決に貢献します。研究成果をもとにした製品開発、産学連携による研究、CSR活動などの多角的な事業を展開。自治体や異業種とのコラボレーションも推進して課題解決に取り組みます。

*2テアニンと茶カテキンを組み合わせた認知機能カテゴリーの機能性表示食品は伊藤園が日本初。（2020年伊藤園調べ）

むぎ茶製品

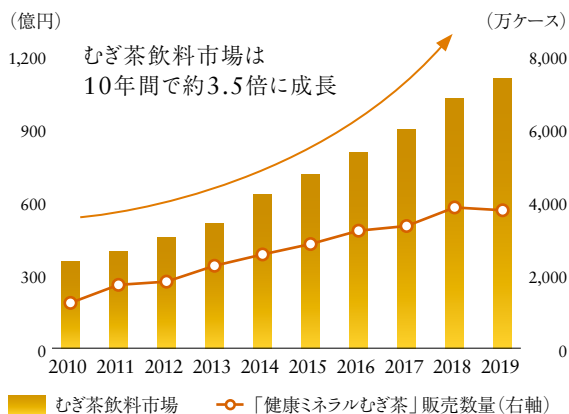
市場概況

むぎ茶飲料市場は、無糖、カフェインゼロの特徴を背景に、年々拡大を続け、2019年に約1,105億円に成長。10年間で約3.5倍の規模となっています。

ノンカフェイン茶系飲料No.1(数量ベース)*である「健康ミネラルむぎ茶」はむぎ茶飲料市場で45%のシェアを占め、市場をけん引しています。

むぎ茶は、ノンカフェインでお子様から高齢者の方まで安心して飲むことができ、年間を通じて支持されており、当社はドリンクだけでなく、ティーバッグ製品やインスタント製品も取り揃えています。今後もドリンク・リーフ・インスタント製品を店頭で連動販売することで、「健康ミネラルむぎ茶」ブランドのさらなる拡販を図っていきます。

*2019年1～12月 飲料総研調べ

むぎ茶飲料市場の推移

※市場:1～12月、伊藤園:5～4月
※出典:伊藤園調べ

安全・安心の品質管理

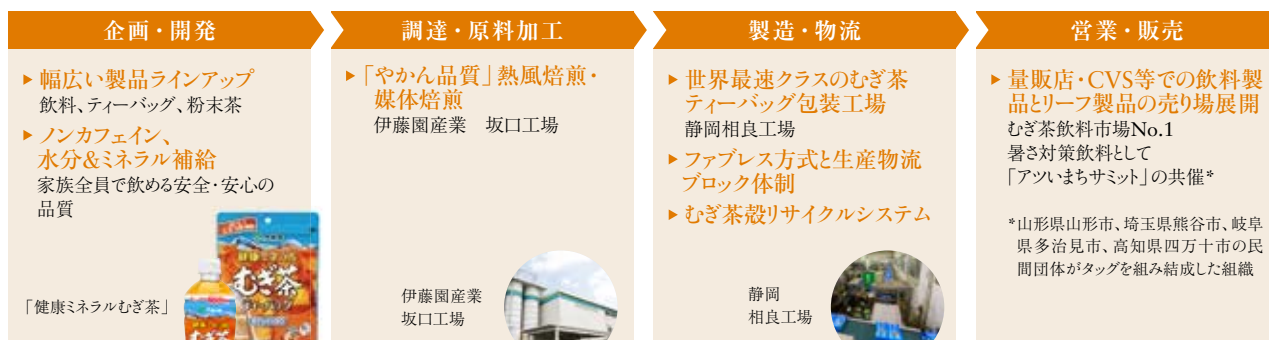
「健康ミネラルむぎ茶」は、「乳児用規格適用食品*」と同等の管理をしています。ご家族の皆様、赤ちゃんにも安全・安心にお飲みいただける製品です。製品に掲載しているQRコードから放射性物質検査測定結果が確認できるなど、品質管理体制を徹底しています。

*乳児用規格適用食品:厚生労働省が策定した食品中の放射性物質の新基準において、乳児用規格適用食品には一般食品より厳しい基準値が適用されています。

オールシーズン飲料

健康志向の高まりを背景に、当社は盛夏の暑さ対策だけではなく、季節を問わない運動、スポーツ時のミネラル、水分補給や乾燥しがちな冬の水分補給に好適な飲料として、むぎ茶を提案しています。

むぎ茶のバリューチェーン

企画・開発	調達・原料加工	製造・物流	営業・販売
▸ 幅広い製品ラインアップ 飲料、ティーバッグ、粉末茶 ▸ ノンカフェイン、水分&ミネラル補給 家族全員で飲める安全・安心の品質 「健康ミネラルむぎ茶」	▸「やかん品質」熱風焙煎・媒体焙煎 伊藤園産業　坂口工場 伊藤園産業 坂口工場	▸ 世界最速クラスのむぎ茶ティーバッグ包装工場 静岡相良工場 ▸ ファブレス方式と生産物流ブロック体制 ▸ むぎ茶殻リサイクルシステム 静岡 相良工場	▸ 量販店・CVS等での飲料製品とリーフ製品の売り場展開 むぎ茶飲料市場No.1 暑さ対策飲料として 「アツいまちサミット」の共催* *山形県山形市、埼玉県熊谷市、岐阜県多治見市、高知県四万十市の民間団体がタッグを組み結成した組織

茶殻リサイクルシステム

工場から排出される水分を含んだ茶殻を腐敗させることなく、保存、輸送し、そのまま工業製品の原材料として使用するリサイクルシステムです。

消臭・抗菌などの茶殻効果に加え、各製品の原料の削減や、お茶の木が吸収したCO_2を各製品に固定する技術など、資源の活用や環境面にも優れています。現在では茶配合樹脂、お茶入り石膏ボード、茶殻入り紙製品など、100種類以上の茶殻リサイクル製品が開発されています。

▶ P.63 社外からの評価

茶殻リサイクルを可能にする伊藤園独自の技術

- 含水の茶殻のまま常温保存して輸送する技術
- 茶の機能性を活かした製品開発
- CO_2を吸収した茶殻の製品中への固定技術
- 消臭・抗菌効果
- 限られた資源の代替原料としての活用

工業製品への茶殻リサイクル

茶殻を配合した「紙」製品

飲料用段ボール

茶殻配合紙ノート

茶殻入り封筒

茶殻を配合した「樹脂」製品

お茶入りベンチ

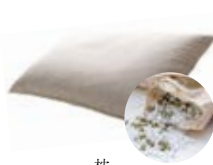
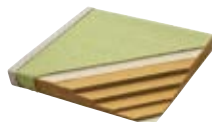
枕

人工芝充填材

表面温度上昇抑制効果がある
Field Chip「Greentea」

サッカー場1面*1当たり

- 「お～いお茶」525mlペットボトル約43万本分の茶殻*2資源の活用
- 表面温度の上昇を約7℃抑制

*1 ロングパイル人工芝サッカー場（1面約8,000m²）
*2 約4.3t-CO_2のCO_2排出量を削減している計算

茶殻を配合した「建材」製品

畳（第一号の茶殻配合製品）

お茶入りせっこうボード

機能性内壁材

茶殻を配合した「シート」製品

茶殻配合シート

茶殻配合シートは自動販売機の取り出し口（左）や購入ボタン（右）の茶殻抗菌シールに活用

茶殻リサイクルシステムの応用

むぎ茶殻リサイクル製品

（2019年9月～）

むぎ茶殻の接着効果などの特性を活かした高付加価値製品を創出

むぎ茶殻

給湯器用緩衝材

コーヒー関連のリサイクル製品

（2012年7月～）

タリーズコーヒーにて使用する紙ナプキンにシルバースキン配合紙を使用

紙ナプキン

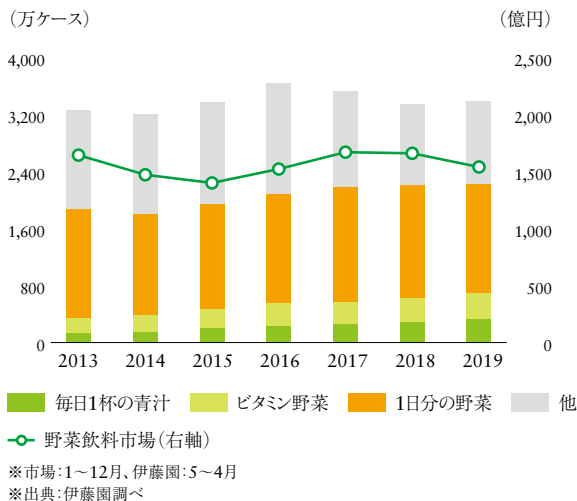
野菜・青汁製品

市場概況

野菜飲料市場は、消費者の健康志向の高まりなどを背景に、栄養バランスの良い野菜飲料に関心が集まったことで、2020年1～4月は、前年同期を上回る販売実績で推移しました。

また、青汁（粉末製品・飲料製品）市場は、5年前と比べ14％伸長し、2019年は1,050億円規模まで拡大。飲料製品市場においては、5年前から73％伸長の142億円（2019年）となりました。

野菜飲料シリーズの販売推移

※市場：1～12月、伊藤園：5～4月
※出典：伊藤園調べ

栄養を軸とした価値創造とコミュニケーション　～おいしく栄養が摂れる野菜飲料の認知拡大へ～

当社は、世界的な健康志向の高まりやライフスタイルの変化などから、ビタミン、ミネラル等の摂取不足や、脂肪、砂糖、塩分等の過剰摂取による栄養面の課題に対して、お客様のニーズに合った健康に資する食品・飲料の開発を行い、健康的な食生活を提案します。

消費者の健康志向ニーズに応える形で、1992年ににんじんをベースにした「充実野菜」を発売しました。1999年から野菜飲料に最適なおいしくて栄養価の高いにんじんの研究を開始し、約50種類ものにんじんの中から「朱衣」という品種を選び、主原料として使用しています。また、原料だけでなく、独自の「ナチュラルスイート製法*1」によって、飲みやすく仕上げています。

「朱衣」には一般的なにんじんと比較して約2.5倍以上のGABA量が含まれており、GABAには血圧が高めの方の血圧を下げる機能があることが報告されています。それを受け2020年10月に、GABAの働きで高めの血圧を下げる機能性表示食品「充実野菜 朱衣にんじんミックス」を発売。容器には牛乳パックと同様にリサイクルできる「レンガ型アルミレス紙パック飲料容器（通称:ECO容器）*2」を採用し、環境にも配慮しています。今後、「朱衣」を基軸に製品展開を一層強化し、消費者の健康的な生活に貢献していきます。

▶ P.22 調達

「充実野菜 朱衣にんじんミックス」

*1 原料のにんじんのヘタを取って皮むきをして、青臭みを取り除き、ブランチング（ゆでる）して細かくすりおろすことで、にんじんに含まれるアクの成分を除去する製法（方法特許3771919号）

*2 日本製紙株式会社が制作するレンガ型200ml紙パック容器において、従来アルミ箔を使用していた積層部分を、凸版印刷株式会社製の透明バリアフィルム（GLフィルム）に置換した容器（ECO容器）

野菜関連バリューチェーン

研究／企画・開発	調達	製造・物流	営業・販売
▶ 幅広い製品ラインアップ 飲料市場の拡大、大手流通との商談や消費者ニーズへの柔軟な対応 ▶ 特許・商標戦略 他社との製品差別化、ブランド力の向上 ▶ 適切な情報開示 原料原産地表示／健康情報の提供	▶ 契約栽培（P.23参照） 安定した原料調達 （にんじんや大麦若葉など） ▶ 安全・安心への品質管理体制 トレーサビリティの確保／輸入検査体制の確立	▶ ファブレス方式 設備投資のコスト削減 需要に即した生産量の調整 ▶ アルミレス紙パック 環境に配慮した容器 高付加価値による製品差別化 ▶ 生産物流ブロック体制 物流費の削減、迅速な製品供給 ▶ ナチュラルスイート製法 原料に即した独自の製法	▶ ルートセールス 健康価値を訴求した自動販売機設置の提案 ▶ 日本栄養士会との協働 栄養週間における店頭での訴求や食育活動

コーヒー飲料製品

伊藤園との協働開発商品

TULLY' S COFFEEと伊藤園のグループシナジー

　当社ではタリーズコーヒージャパン（株）との共同開発製品を販売しています。タリーズコーヒーの精神を大切にしたボトル缶コーヒー、ペットボトルコーヒーは、タリーズのバリスタが原料から製法に至るまでこだわり抜いた、コクと香りが特長です。高品質のアラビカ種のみを厳選した原料豆を国内で焙煎し、しっかりとおいしさを引き出しています。今後も当社とタリーズコーヒーのそれぞれの持ち味を活かした製品を発売し、「TULLY'S COFFEE」ブランドの一層の価値向上を図っていきます。

市場概況

　コーヒー飲料市場は、緊急事態宣言や外出自粛により、メインチャネルである自動販売機やCVS等で前年を下回り、自宅など手淹れの本格コーヒーを飲む人が増加しました。レギュラーコーヒーに接する機会が増えたことで、産地や品質へのこだわり、おいしさへの感度が高まったと考えられます。（家庭用レギュラーコーヒー市場販売金額2020年3～5月、前年同期比20％以上伸長「伊藤園調べ」）。

　こうした背景を受け、産地にこだわったブラジル産豆アラビカ種を100％使用した「ブラジル100％CLEAR BITTER」、タンザニア産豆を51％使用した「キリマンジャロBLACK」を2020年10月に発売しました。

　「TULLY'S COFFEE」ブランドは、コーヒー豆・焙煎・抽出へのこだわりにより、原産国の魅力を引き出した製品を提案し、多様化するお客様ニーズに対応していきます。

コーヒーの販売推移

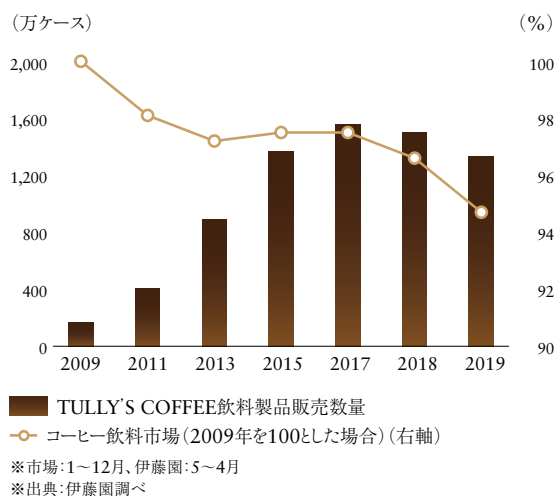
（万ケース）　（％）

2,000 / 1,600 / 1,200 / 800 / 400 / 0　　100 / 98 / 96 / 94 / 92 / 90

2009　2011　2013　2015　2017　2018　2019

TULLY'S COFFEE飲料製品販売数量

コーヒー飲料市場（2009年を100とした場合）（右軸）

※市場：1～12月、伊藤園：5～4月
※出典：伊藤園調べ

コーヒーバリューチェーンを通じた価値創造

　グループ企業のDistant Lands Trading Co.（以下、DLTC社）は、米国を中心にコーヒー豆の栽培から販売までを行っています。当社は、DLTC社からボトル缶コーヒーの原材料としてコーヒー豆の一部を仕入れ、使用するなどグループシナジーを追求しています。また、DLTC社の自社所有の農園と精選工場の一部では「レインフォレスト・アライアンス認証」を取得するなど、環境・社会・経済面に配慮した持続可能な生産を推進しています。

DLTC社、タリーズコーヒージャパン（株）とのグループシナジー

コーヒーバリューチェーン

企画・開発	生産・調達	製造・物流	営業・販売
▸ 海外：DLTC社 ▸ 国内：伊藤園、タリーズコーヒージャパン	▸ 海外：DLTC社 自社農園、精選工場（コスタリカ）	▸ 海外：DLTC社 ▸ 国内：伊藤園、タリーズコーヒージャパン	▸ 海外：DLTC社（米国中心） ▸ 国内：伊藤園（量販店・CVS・自動販売機）、タリーズコーヒージャパン（店舗）
「TULLY' S COFFEE」ブランドの飲料製品	DLTC社	国内焙煎工場	江ノ電江ノ島駅店

伊藤園グループ中長期環境目標

伊藤園グループは「お客様第一主義」に基づき、人類共有の地球環境を守り、次世代に継承することが企業の社会的責任であると考えています。地球温暖化に伴う気候変動による酷暑、洪水や土砂災害の増加、海洋プラスチックごみ問題など、地球環境問題は世界的な喫緊の社会課題となっています。

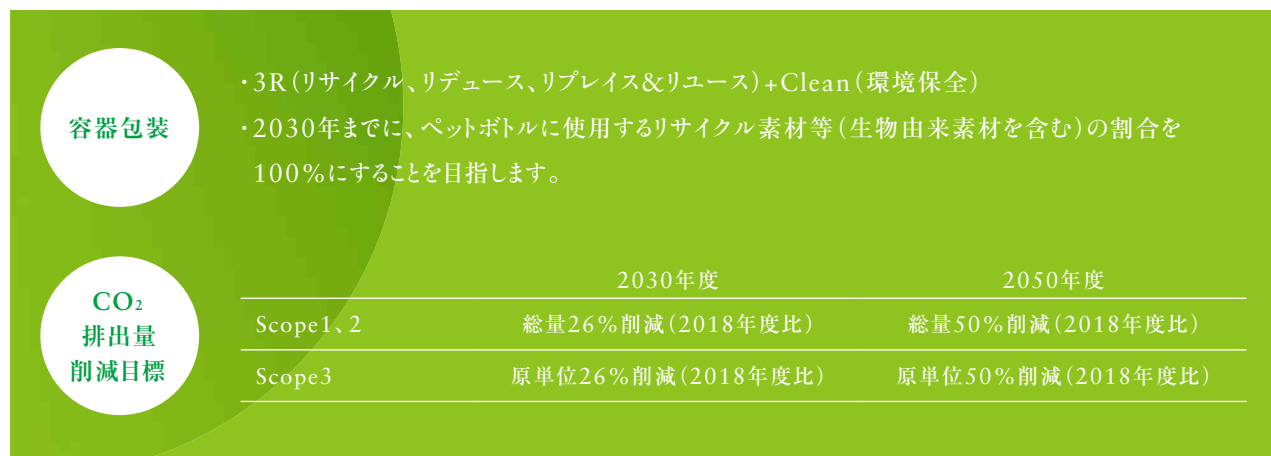
こうした課題は、伊藤園グループの事業活動においても重要な課題であり、2020年9月に、「伊藤園グループ環境方針」に基づき、容器包装と気候変動への対応について「伊藤園グループ中長期環境目標」を策定しました。これにより、環境問題への取り組みをより一層推進し、持続可能な社会への貢献を目指します。

中長期環境目標

容器包装

・3R(リサイクル、リデュース、リプレイス&リユース)+Clean(環境保全)
・2030年までに、ペットボトルに使用するリサイクル素材等(生物由来素材を含む)の割合を100%にすることを目指します。

CO_2排出量削減目標

	2030年度	2050年度
Scope1、2	総量26%削減(2018年度比)	総量50%削減(2018年度比)
Scope3	原単位26%削減(2018年度比)	原単位50%削減(2018年度比)

※Scope 1:自社での燃料の使用による直接排出
Scope 2:自社が購入した電気の使用に伴う間接排出
Scope 3:Scope 1、2以外のその他の間接排出

環境マネジメント体制

環境に関する課題はCSR/ESG推進委員会(委員長:代表取締役社長 本庄大介)で実態を把握し、方針や目標、対策を審議し、経営層(取締役会および執行役員会)に報告しています。

また、伊藤園グループでは、ISO14001に基づく環境マネジメントシステムの中でKPIを設定し、環境目標に対する取り組みを推進しています。これまでに生産部門・営業部門・本社部門・一部の関連会社*にて認証を取得しています。

*その他関連会社では、伊藤園産業(株)、(株)沖縄伊藤園、(株)グリーンバリューにて認証を取得

容器包装

伊藤園グループは、ペットボトルの軽量化やプラスチック使用量の削減に寄与する技術開発、環境配慮型の紙容器の導入などに、積極的に取り組んでいます。

一方で、世界的に喫緊の社会課題となっている海洋プラスチックごみ問題や気候変動問題等を背景に、循環型社会への変革にさらに挑戦するため、2020年9月、「伊藤園グループ プラスチックに関する方針」を策定しました。これにより、伊藤園グループで販売する製品のライフサイクル全体を通じた、資源有効活用と環境負荷低減に向けた取り組みをより一層推進し、持続可能な社会への貢献を目指します。

伊藤園グループ プラスチックに関する方針

リサイクル（資源循環）

・2030年までに、ペットボトルに使用するリサイクル素材等（生物由来素材を含む）の割合を100％にすることを目指します。

・ペットボトル以外の用途においても、リサイクル素材の利用を推進します。

・行政機関、業界団体、取引先等と連携し、リサイクル率向上に向けた活動を推進します。

リデュース（省資源化）

・さらなる容器包装の軽量化・使用量削減に向けて容器設計、生産方法の改良を行います。

リプレイス&リユース

・生物由来素材、生分解性素材の使用を推進します。

・飲食事業において、再利用可能な容器への代替も推進します。

クリーン（環境保全）

・プラスチック資源有効活用のための、分別収集の促進、清掃活動等の社会貢献活動への参加とともに、各地の環境保全活動を継続的に支援します。

容器包装の軽量化の取り組み

容器包装の大部分を占めるペットボトルについて、環境配慮型ペットボトルの開発により軽量化を図っています。

「お～いお茶」（525ml）

ボトル重量：19g

従来比 約30％軽量化

キャップ重量：2.6g

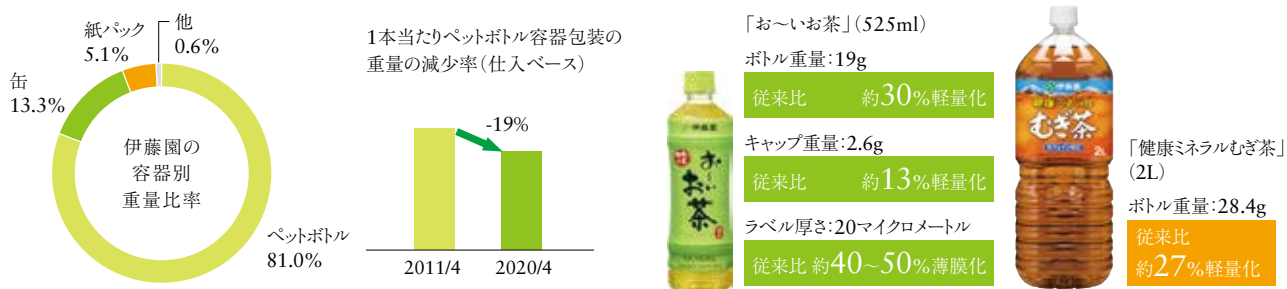
従来比 約13％軽量化

ラベル厚さ：20マイクロメートル

従来比 約40～50％薄膜化

「健康ミネラルむぎ茶」（2L）

ボトル重量：28.4g

従来比 約27％軽量化

資源循環の取り組み

「お～いお茶」電子レンジ対応 345mlペットボトル「100％リサイクルペットボトル」使用

リプレイスの取り組み

日本初*の環境対応型ティーバッグ製品を発売

*マチ付きシングルチャンバーティーバッグとして日本初

タリーズコーヒーでの取り組み

ストローの長さを3cm短くし、バイオマスプラスチックを25％配合したストローを「タリーズコーヒー」全店で使用

気候変動への対応

• CO_2排出量の削減目標

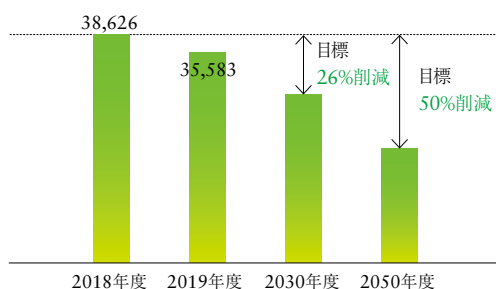
伊藤園グループは、2020年9月に気候変動への対応を最重要課題の一つとして位置付け、2030年度までに2018年度比で、Scope1とScope2のCO_2排出量を総量で26％削減、Scope3については原単位で26％削減する目標を策定しました。また2050年度までに、Scope1とScope2で総量50％削減、Scope3で原単位50％削減の目標を掲げています。

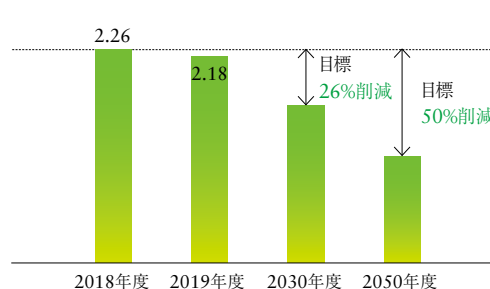
これまで、飲料製造工場における環境配慮型充填システムの導入や、モーダルシフト、営業車両のエコドライブ推進、ヒートポンプ式自動販売機の積極導入などに取り組んできました。当社は飲料製造工場を自社で保有せず、外部に委託するファブレス方式を採用しているため、全国5ブロック約50の製造委託工場と連携し、2030年度の削減の目標達成に向けてこれまで以上に協働の取り組みを進めていきます。

CO_2排出量削減目標

	2030年度	2050年度
Scope1、2	総量26％削減（2018年度比）	総量50％削減（2018年度比）
Scope3	原単位26％削減（2018年度比）	原単位50％削減（2018年度比）

Scope1、2 総量排出量の削減目標

（t-CO_2）

Scope3 原単位排出量の削減目標

（t-CO_2／売上高（百万円））

CO_2排出量削減に向けた主な取り組み

• Scope3 カテゴリー1（購入した製品・サービス）・カテゴリー4（輸送・配送（上流））

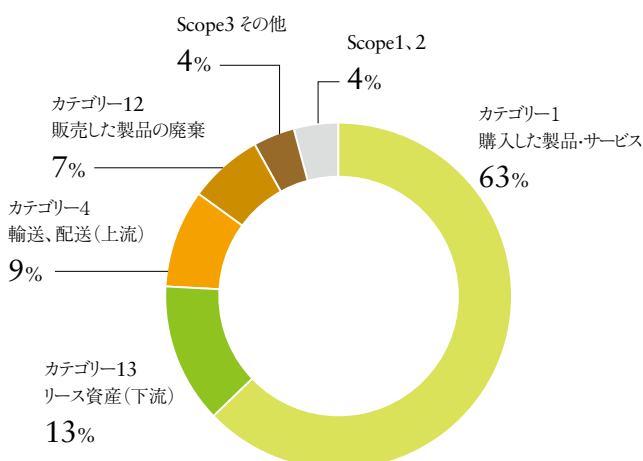
当社は、「伊藤園グループ プラスチックに関する方針」に基づき、2030年までに、ペットボトルに使用するリサイクル素材等*1の割合を100％にすることを目指しています。リサイクル素材等を使用することにより、バージン樹脂より大幅なCO_2排出量削減効果が期待できます。

また、2010年に東洋製罐株式会社と共同開発した、常温無菌充填方式「NSシステム*2」の導入により、水使用量と製造エネルギー使用量の削減を実現しています。また、従来のペットボトルより約30％の軽量化を実現し、製品全体の軽量化と輸送時のエネルギー使用量の低減にも貢献しています。

今後も、サプライヤーとの協働により製品のライフサイクル全体を通じた、資源有効活用とCO_2排出量削減に取り組んでいきます。

▶ P.53 CO_2排出量の実績

バリューチェーン排出量

*1 生物由来素材を含む
*2 NS=Non-Sterilant：ノンステリラント=薬剤を使用しないの意。ボトルの殺菌処理に薬剤を使用しない常温無菌充填システム

気候変動シナリオ分析への着手

- **茶葉への影響分析**

当社は、主力製品の原料として国内荒茶生産量の約4分の1を調達しています。そのため、気候変動による茶葉や収穫量への影響が事業に対して大きな影響を及ぼす可能性を認識し、Aqua Crop model*1を用いて気候変動シナリオ分析を実施しました。IPCC第5次評価報告書のRCPシナリオ*2(RCP2.6、RCP4.5、RCP6.0、RCP8.5)を選択し、国内主要茶産地(九州地方・静岡県)において、各シナリオ条件下での茶樹品種・摘採時期別に茶葉収穫量への影響と品質への影響を定量的、定性的に分析しました。

- **結果**

産地によって変動はあるものの、RCP2.6では約4～7%、RCP4.5では約14～23%、RCP6.0で約29～36%、RCP8.5で約41～54%と、茶葉の収穫量が増加することが認められました。

定性分析では、様々な研究論文や文献等から、外来病害虫・疾病誘発菌が北上し、茶樹の生育や品質に悪影響を与えるリスクがあることを確認していますが、当社の契約産地の一部において風と水で害虫を吹き飛ばす機械を導入するなど、病害虫対策にも積極的に対策を講じています。

これら独自の分析とシナリオ分析を継続的に行い、その結果を踏まえて新たな産地開発や栽培管理手法、技術開発などにも茶農家と協働し取り組んでいきます。

収量シミュレーション結果

IPCC代表的濃度経路シナリオ(Representative Concentration Pathways, RCP)を利用。

代表的濃度経路シナリオ		【RCP 2.6】低位安定シナリオ	【RCP 4.5】中位安定シナリオ	【RCP 6.0】高位安定シナリオ	【RCP 8.5】高位参照シナリオ
最大気温上昇値*3(21世紀末)		+1.7°C	+2.6°C	+3.1°C	+4.8°C
CO_2*4		422ppm(+13.79)	537ppm(+128.79)	663ppm(+254.79)	917ppm(+508.79)
鹿児島県(年平均気温18.4°C)		20.1°C(+1.7°C)	21.0°C(+2.6°C)	21.5°C(+3.1°C)	23.2°C(+4.8°C)
平均収量増減(%)	曽於地区	+7.4%	+23.3%	+36.4%	+54.4%
静岡県(年平均気温14.8°C)		16.5°C(+1.7°C)	17.4°C(+2.6°C)	17.9°C(+3.1°C)	19.6°C(+4.8°C)
平均収量増減(%)	袋井地区	+4.2%	+14.5%	+29.7%	+41.2%
	富士地区	+7.2%	+22.8%	+35.4%	+51.7%

*1 FAO(国際連合食糧農業機関)が、気候/土壌などの環境条件や栽培管理条件が、農作物の生産性に与える影響を評価するために開発した作物成長モデル
*2 IPCC(国連気候変動に関する政府間パネル)第5次評価報告書による代表濃度経路シナリオ。温室効果ガスの濃度により、世紀末の気候とその影響を予測
RCP 8.5…高位参照シナリオ。2100年におけるGHG排出量の最大排出量に相当するシナリオ
(1986～2005年平均気温に対し、2100年には最大4.8°C気温が上昇するシナリオ)
RCP 6.0…高位安定シナリオ。世紀末の放射強制力6.0W/m²(2100年には最大3.1°C気温が上昇)
RCP 4.5…中位安定シナリオ。世紀末の放射強制力4.5W/m²(2100年には最大2.6°C気温が上昇)
RCP 2.6…低位安定シナリオ。将来排出量の最も低いシナリオ(2100年には最大1.7°C気温が上昇)
*3 基準:1986～2005年
*4 基準値:408.21ppm

人材マネジメント

時代の転換期だからこそ、
経営理念「お客様第一主義」の実践を根本に
多様な人材の育成と働き方改革を推進していきます。

取締役 専務執行役員
管理本部長
平田 篤

基本方針

これまで伊藤園グループは、「実力主義」の考え方のもと、社員が誰でも学べる伊藤園大学・大学院等を通じて人材育成に力を入れてきました。また、人事制度の拡充やワーク・ライフ・バランスの推進等を通して、社員一人ひとりが健康でいきいきと働ける環境づくりを目指し、働き方改革とダイバーシティの推進にも取り組んでいます。

新型コロナの影響をはじめとして、社会は大きく変化しており、社会課題も複雑化しています。こうした時代の転換期だからこそ、経営理念「お客様第一主義」の実践を根幹に、これまでのやり方を見直し、働き方だけでなく働く一人ひとりの意識改革が重要です。「チーム伊藤園」として、社員一人ひとりが意欲にあふれ、積極果敢にチャレンジし活躍するための環境づくりをスピード感をもって進めていきます。

人材マネジメントの考え方

	施策		目指す姿
人材育成	・実力主義に基づく職能資格制度 ・伊藤園大学・大学院	・経営課題解決講座 ・海外研修制度	次世代リーダーの育成 働きがいと労働生産性の向上 健康経営の推進 多様な人材の活躍によるイノベーション
働き方改革	・時間外労働の削減、有給休暇取得率の改善	・ワーク・ライフ・バランスの推進	
ダイバーシティの推進	・女性活躍の推進 ・障がい者雇用の推進	・グローバル人材の育成	

経営理念「お客様第一主義」の実践

すべてのお客様を大切にすることが経営の基本である

消費者の皆様　株主の皆様　販売先の皆様　仕入先の皆様　金融機関の皆様　地域社会の皆様

2020年4月期 実績

項目	実績
伊藤園大学・大学院の卒業者数	749名（累計卒業者数14,844名）
伊藤園ティーテイスター資格保有者数*	2,289名 *2020年5月時点
社員の教育・研修費用	169百万円
女性管理職比率	2.6%
障がい者雇用率*	2.33% *2020年6月1日時点
育児休職後の復職率	95.2%

人材育成

「伊藤園大学」「伊藤園大学院」の独自の自己啓発制度では、営業、財務、マーケティング、組織グローバルなどの14コース（2020年4月期）があり、受講者が1年間の履修を経て専門知識等を身に付けるとともに、昇進昇格の際にも考慮される要件となっています。

自己啓発制度「伊藤園大学」

「伊藤園ティーテイスター社内検定」では、年に1回検定試験を実施し、お茶の専門家を育成することにより社内外にお茶の啓発活動を行っています。資格保有者が普段の業務や職位等にとらわれず、お茶の専門家としてお互いに切磋琢磨できる人材育成の場となっています。

「経営課題解決講座」は、次世代経営幹部候補者の育成を目的に、選抜制で実施される研修制度です。次期経営者としての「志」や「視座・視点」を養うために社内外での研修を通して、経営に関する幅広い知識を身に付け、中長期を見据えた会社の課題解決を考える場としています。

「海外研修制度」では、社内公募で試験に合格した人材が、海外グループ企業で1年間、市場調査や営業、アカウンティングなどの研修を受ける制度です。海外事業展開を見据えた人材の育成を行っています。

海外研修中の社員

人事制度の拡充と健康経営の推進

当社では働く社員およびその家族のライフステージ（出産・育児・介護など）を福利厚生、勤務・賃金体制の面から総合的に支援しています。具体的には、男性社員の育児休業取得推進を目的とした「育児休業制度」の拡充や、病気・育児・介護との両立を目的とした「短時間勤務、繰上げ繰下げ勤務」の適用拡大、「帯同休職制度」の導入・拡充、不妊治療サポートの充実などを進めています。2020年には、次世代育成支援対策推進法に基づく、「子育てサポート企業」として「くるみん」の認定を受けました。

社員の健康維持・増進に対しては、これまでも法定項目以上の定期健康診断や、国内・海外の全事業所でのストレスチェックを実施し、直近では新たに「胃内視鏡検査」を導入し、がんの早期発見や予防を強化しました。また、生活習慣改善を目的に要治療予備軍の社員を対象に、「カテキン緑茶」を活用した健康促進プログラムなども実施しています。

このような取り組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2020（大規模法人部門）」に認定されました。今回の認定で3年連続の認定となります。

人権尊重の取り組み

「人権」の尊重は、経営理念「お客様第一主義」の根幹をなすものであり、あらゆる事業活動の基盤であると考えています。

事業活動の多様化や海外展開に伴い、国際的な人権規範に基づいた人権尊重の取り組みを強化するため、2020年4月に国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に準拠した「伊藤園グループ人権方針」を策定しました。現在は、同方針の社内浸透をはじめ、全社員を対象にeラーニングを活用したハラスメント防止教育なども行っています。今後は人権推進体制の構築とともに、人権リスクの評価およびリスク軽減策など人権デューデリジェンスを進めていきます。

「伊藤園グループ人権方針」については、こちらをご参照ください。
https://www.itoen.co.jp/csr/human_rights/

伊藤園ティーテイスターが生み出す価値

「伊藤園ティーテイスター制度」は、お茶に関する研究、企画・開発、調達、製造・物流、営業・販売のバリューサークルすべての分野で活躍できる社員を育成する社内資格制度です。この資格は、お茶に関する幅広い知識を習得する人材育成の側面と、お客様にお茶の魅力を伝え、お客様とのつながりを創造し、お茶の飲用機会を提案する場の創出という重要な役割を担っています。

また、当社のESG重要項目の一つ「コミュニティ・社会」の観点からも本業を通じた茶文化の普及や地域との接点強化などに貢献しています。

伊藤園ティーテイスター制度について

当社のティーテイスター制度は、「お茶の伊藤園」として社員がお茶に関する高い知識を持ち、社内外にお茶の啓発活動が行えるよう1994年より運営している社内資格制度です。年に1回、希望者が受験し、厳正な審査によって合格者が決定されます。試験は、学科、検茶、口述で行われ、茶文化からおいしいお茶の入れ方など幅広い知識と技能が求められます。本制度は、厚生労働省より2016年の社内検定認定制度改正後、第1号となる社内検定の認定*を受けました。

社内資格保有者は2,289名(2020年5月時点)となっており、全国各地で茶文化の啓発活動を行っています。その代表的な取り組みである「大茶会」、「おいしいお茶のいれ方セミナー」など、年間合計1,166回(2020年4月期)開催しています。

* 厚生労働省「社内検定認定制度」:個々の企業や団体が、そこで働く労働者を対象に自主的に行っている検定制度(社内検定)のうち、一定の基準を満たしており、技能振興上奨励すべきであると認めたものを厚生労働大臣が認定する制度

「社内検定認定制度」のロゴマーク

2020年4月期の取り組み状況

活動内容	実施回数
お茶セミナー	413回
大茶会	608回
お茶っこ会	7回
その他	138回
合計	1,166回

お茶のプロとして活躍するティーテイスター資格保有者

ティーテイスターの資格には1級～3級があり、中でも1級は、お茶に関する高度で幅広い知識・教養を有するだけでなく、茶道などの日本の伝統文化を理解し、礼儀作法も身に付けた「お茶のプロ」として、「お茶の魅力」や「伊藤園の強み」を社内外に広く情報発信を行っています。

また、ティーテイスター資格保有者には、その資格に求められる知識・技能の向上を目的とした研修や、後進の育成を図るための教育などを各レベルに応じて実施しています。

検茶試験

各級レベルと有資格者数

各級レベル	知識・技能(検茶)				有資格者数(人)
	緑茶	中国茶	紅茶	茶道	
1級	○	○	○	○	17
2級	○	○	○	—	363
3級	○	—	—	—	1,909
合計					2,289

(2020年5月時点)

各資格の社内啓発活動

級	社内啓発活動
1級	1級受験前研修生・2級の育成
2級	3級の育成
3級	部署拠点内勉強会

茶文化の啓発活動

「お茶の伊藤園」として、国内外で幅広い世代の方たちに茶文化を普及・啓発していくため、「ティーテイスター制度」の資格者が講師として、お茶の歴史、健康性といった知識、お茶のおいしいいれ方の説明・実演などの各種イベントを実施しています。

これまで観光地、教育機関、福祉施設、店頭、被災地など各地で実施してきましたが、お客様との対面でのコミュニケーションが制限されるコロナ禍においては、オンラインを活用するなど工夫し、お茶の魅力や楽しみ方を発信する様々な活動を行っています。

茶文化の啓発活動の様子

● お客様の生活の変化に対応

ティーテイスター資格者の自宅でのお茶の楽しみ方などを伊藤園公式ツイッターで発信したり、オンラインお茶セミナーを実施したりするなど、お客様の在宅時間が長くなるといった生活の変化に対応し、もっとお茶を身近に感じていただけるよう活動をしています。

伊藤園公式ツイッターで、資格者がお茶の楽しみ方などを発信する「#IeTimeOEN（家タイム応援）プロジェクト」

子ども向け「オンラインお茶セミナー」の様子

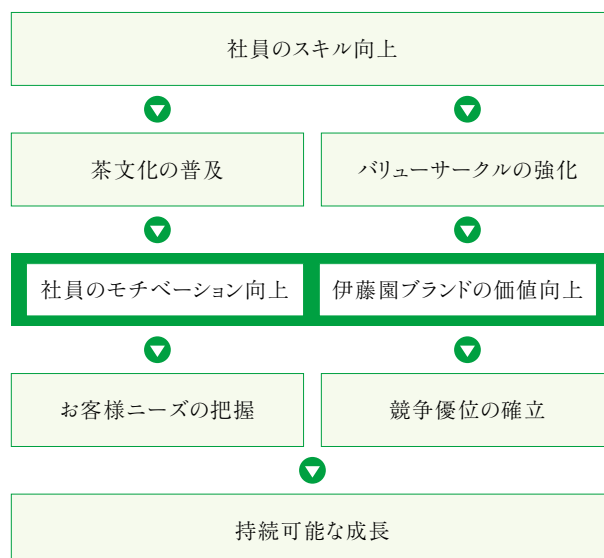
● 教育機関・学生との連携

当社は、国内外へ日本文化の魅力を紹介する教育機関や団体などと連携して茶文化の発信を行っています。例えば津田塾大学には、訪日外国人などに様々な日本文化を紹介するプロジェクトがあり、当社は、英語力や発信力がある「日本茶文化ワーキンググループ」の学生たちと様々な日本茶の魅力を発信していくため、連携して活動を行っています。

学生たちのお茶の知識やお茶のいれ方の技術を高め、将来的に日本茶を世界に広めるインフルエンサーになっていただくことを目的に、オンライン茶会などを実施

伊藤園ティーテイスター制度による効果

ティーテイスター制度による社員のスキルアップ、知識取得や経験は業務に活かされ、バリューサークルの各分野において価値を生み出し、結果としてバリューサークル全体をより強固なものとしています。また、茶文化の啓発活動は、お客様の生の声を聞くコミュニケーションの場ともなり、お客様とのつながりを創造しています。このようなコミュニティの形成は、豊かな食生活を提案するためのお客様のニーズを把握し、より良い製品づくりへと活かされており、当社の持続可能な成長に結びついています。

伊藤園ティーテイスター制度によるバリューサークルへの効果

財務マネジメント

安定した財務基盤を維持しながら、資本コストを上回る利益の創出と、成長領域への投資により、持続的な成長と企業価値の向上を実現していきます。

取締役副社長 執行役員
管理本部、国際本部担当
渡辺 實

基本方針

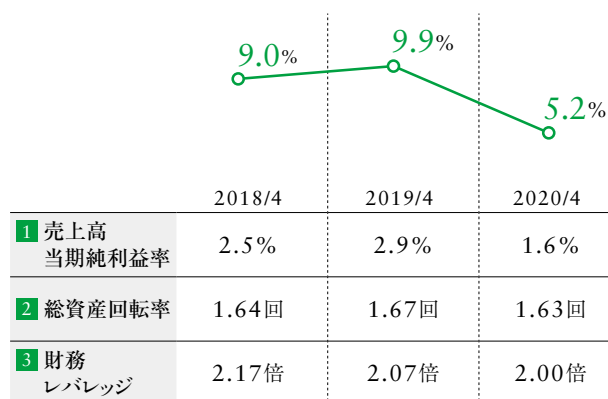
当社では、2002年7月に役員退職金・賞与を廃止し、2004年4月に業績連動株式報酬型のストック・オプションを導入しました。その評価指標として、成長性（売上高）、収益性（営業利益、EPS）、効率性（ROE）、資金収益力（営業CF）、株主還元（総還元性向）の6つの経営指標を選定しており、ROEはその中の重要な項目として位置付けています。

これに加え、ESG投資を意識した経営を推進するため、2019年4月期より外部評価機関によるESG評価結果も考慮しています。

資本コストを重視した経営

中長期経営計画において、ROE10％以上を目標にしています。ROEを向上させる要素として、「収益性の向上」、「資産効率の向上」、「財務レバレッジの活用」がありますが、当社は「収益性」と「資産効率」を特に重要視しています。2020年4月期のROEは新型コロナの影響を受け、収益性と資産効率が悪化したことにより、5.2％（前期比4.7ポイント減）となりました。

ROE（自己資本利益率）の推移

	2018/4	2019/4	2020/4
1 売上高当期純利益率	2.5%	2.9%	1.6%
2 総資産回転率	1.64回	1.67回	1.63回
3 財務レバレッジ	2.17倍	2.07倍	2.00倍

※ROE = 1 売上高当期純利益率 × 2 総資産回転率 × 3 財務レバレッジ

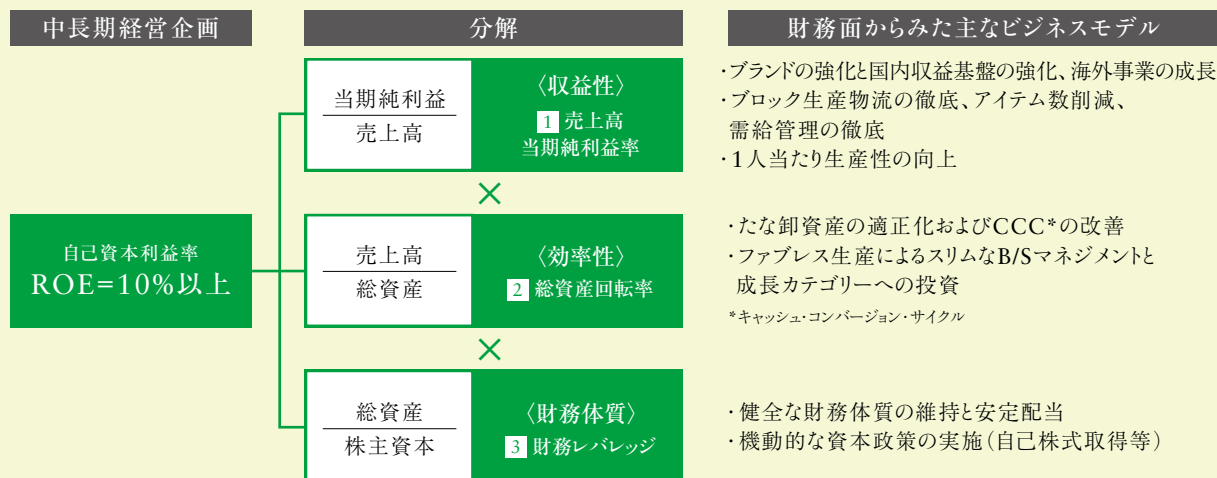
1 収益性の向上

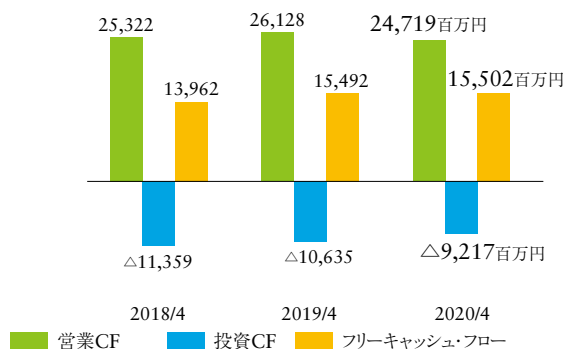
今後のROE向上のためには、収益面において、国内収益基盤の強化と海外事業の成長が課題であると考えています。国内収益基盤の強化については、主力ブランドへの選択と集中により、市場シェア拡大とコスト構造改革を推し進めています。特に、全国5ブロック生産・物流体制の最適化を図り、徹底することで物流効率の改善とコスト削減に取り組んでいます。また、中長期の新たな成長を目指して、新規事業推進部を2020年6月に設置し、食領域、環境分野等を対象に国内新規事業の創出に取り組んでいます。

海外事業については、健康志向の高まりを背景に、引き続き、「お～いお茶」と「MATCHA GREEN TEA」をはじめとするグローバルブランドの展開を柱に、北米、中国を重点市場として市場拡大に注力していきます。また、2020年4月期、米国のコーヒー豆製造販売会社であるDistant Lands Trading Co.にかかるのれんについて、のれんの未償却額49億4百万円を全額減損処理しました。コーヒー業界の再編による寡占化が進んだことで、事業環境が悪化し、大口顧客を逸失したことが収益力低下の要因です。業務用やPB製品が中心の販売戦略から、自社ブランド製品の強化と新たな顧客の開拓に注力し、収益力の回復に努めていきます。

2 資産効率の向上

たな卸資産の適正化をはじめとする運転資本の改善、成長領域への投資を優先的に実行していきます。なお、設備投資については、生産設備の取得、タリーズ店舗の新規出店等への投資のほか、金利情勢を踏まえて、自動販売機等の販促什器のリースから購入への切替えを順次進めています。中長期設備投資計画について、各事業の収益性の状況を踏まえて、定期的に見直しを行っています。

伊藤園単体では、これまでの継続的な取り組みにより、2020年4月期の営業利益は前期比4.9％増、営業利益率は4.4％（前期比0.4ポイント増）となりました。営業利益

率5％以上を目標に、さらなる生産性と資産効率の向上に努め、ROE10％を実現していきます。

連結キャッシュ・フローの推移

設備投資額および減価償却費の推移

（百万円）

	2018/4	2019/4	2020/4
設備投資額	11,062	10,006	9,990
減価償却費	6,180	6,735	7,022
リース償却費	7,042	6,675	6,081
リース債務（返済額）	△8,616	△6,514	△4,679

3 財務の安定性の確保

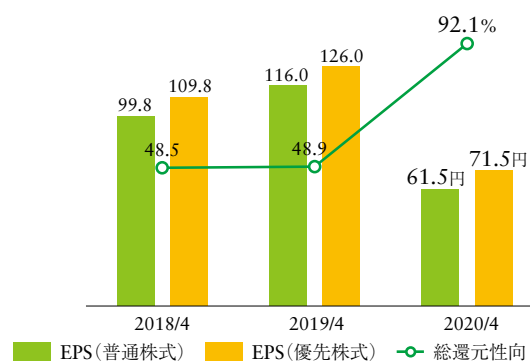
新型コロナウイルスに端を発する金融市場の急激な変化に対応し、危機時の財務の安全性を確保するため、手元資金は十分な流動性を確保しています。資金調達手段については、社債の発行、金融機関からの借入等の多様化を図るとともに、不測の事態への対応としてコミットメントラインも備えています。財務の安定性を維持しながら、必要に応じて有利子負債による資金調達を実施していきます。

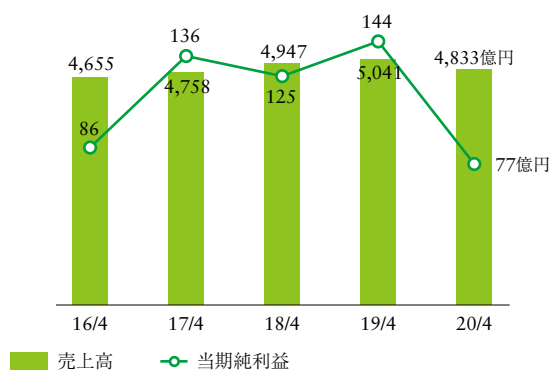
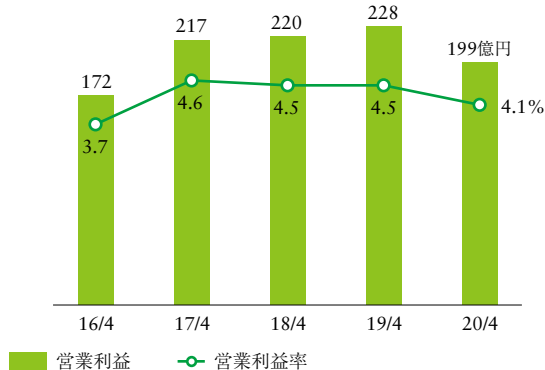
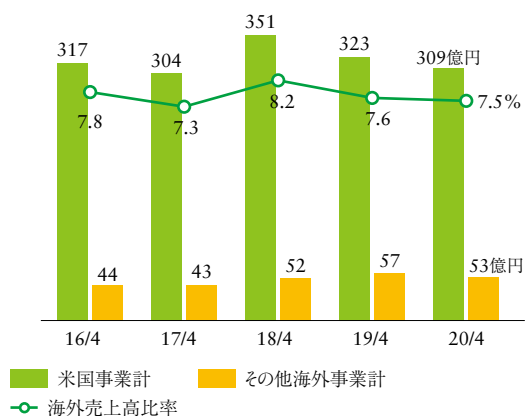
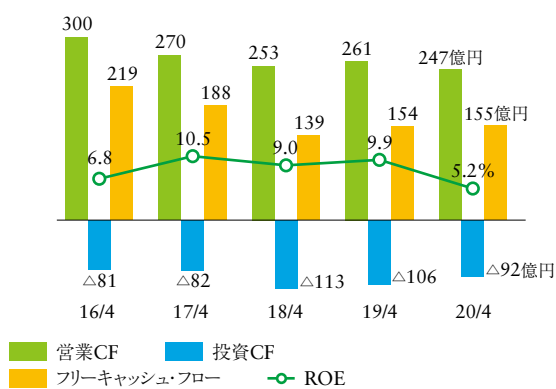
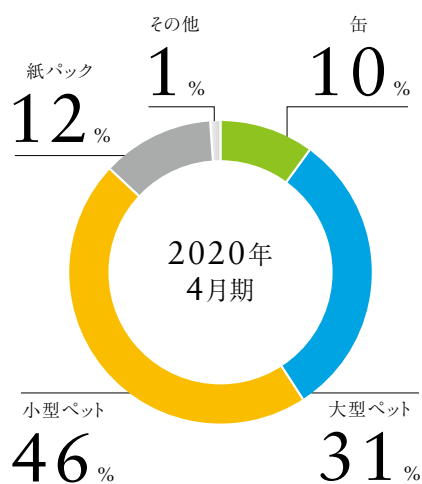
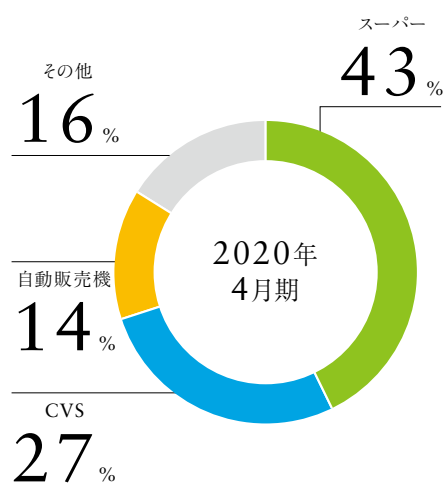
財務の安定性確保

財務格付け　「A+」（R&I、JCRの2社）
自己資本比率　51.0％（2020年4月期末）

株主還元方針

安定的・継続的な株主還元を基本方針とし、総還元性向40％以上を目標にしています。配当については、「減配はしない」との基本方針のもと、安定的・継続的な配当を実施しています。自己株式取得については、資本効率の向上に資する株主還元策として、必要と判断した場合は機動的に実施し、連結総還元性向40％以上を実現していきます。

総還元性向とEPS

主要財務ハイライト（伊藤園および連結）

売上高／当期純利益（連結）

営業利益／営業利益率（連結）

海外売上高比率（連結）

キャッシュ・フローの推移（連結）

容器別売上高構成比（伊藤園単体）

チャネル別売上高構成比（伊藤園単体）

主要財務指標(過去5年間)(連結)

財務に関する詳細は、こちらをご参照ください。
https://www.itoen.co.jp/finance_ir/library/

	(単位)	2016年4月期	2017年4月期	2018年4月期	2019年4月期	2020年4月期
P/L						
売上高	(百万円)	465,579	475,866	494,793	504,153	483,360
前期比	(%)	8.1	2.2	4.0	1.9	△4.1
主な売上高詳細						
伊藤園	(百万円)	365,276	371,831	383,212	394,495	377,787
海外事業計	(百万円)	36,180	34,863	40,362	38,168	36,282
タリーズコーヒージャパン	(百万円)	27,751	30,268	32,589	34,568	32,811
チチヤス	(百万円)	13,890	14,621	14,398	14,409	14,251
原価率	(%)	53.0	52.5	52.7	52.3	51.8
販売管理費	(百万円)	201,574	204,395	211,939	217,555	212,814
売上高比	(%)	43.3	43.0	42.8	43.2	44.0
営業利益	(百万円)	17,243	21,774	22,043	22,819	19,940
利益率	(%)	3.7	4.6	4.5	4.5	4.1
主な利益詳細						
伊藤園	(百万円)	11,934	15,646	15,394	15,851	16,626
海外事業計	(百万円)	1,856	2,225	2,619	2,738	1,617
タリーズコーヒージャパン	(百万円)	2,879	3,130	3,250	3,504	1,725
チチヤス	(百万円)	253	300	305	269	410
経常利益	(百万円)	15,074	21,524	21,441	23,211	19,432
利益率	(%)	3.2	4.5	4.3	4.6	4.0
特別利益	(百万円)	205	53	75	726	645
特別損失	(百万円)	353	854	526	1,451	5,709
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	8,615	13,693	12,553	14,462	7,793
利益率	(%)	1.9	2.9	2.5	2.9	1.6
B/S						
総資産	(百万円)	287,702	302,405	301,167	303,981	290,651
流動資産	(百万円)	159,517	174,657	170,838	177,449	173,966
現金・預金	(百万円)	53,259	64,202	61,664	63,738	64,813
売掛債権	(百万円)	53,553	54,677	58,083	56,581	49,168
固定資産	(百万円)	128,185	127,748	130,329	126,532	116,685
有形固定資産	(百万円)	81,018	83,039	84,822	84,186	82,986
無形固定資産	(百万円)	27,154	24,454	21,588	18,956	11,570
負債合計	(百万円)	160,486	165,696	157,416	153,058	140,956
流動負債	(百万円)	100,756	81,560	77,187	76,473	71,072
固定負債	(百万円)	59,729	84,135	80,228	76,585	69,884
純資産	(百万円)	127,215	136,709	143,750	150,923	149,695
利益剰余金	(百万円)	94,311	102,750	110,066	119,242	121,848
流動比率	(%)	158.3	214.1	225.2	232.0	244.8
自己資本比率	(%)	43.9	44.8	47.3	49.2	51.0
負債比率	(%)	127.2	122.3	110.4	102.3	95.0
キャッシュ・フロー計算書						
営業CF	(百万円)	30,085	27,098	25,322	26,128	24,719
投資CF	(百万円)	△8,150	△8,243	△11,359	△10,635	△9,217
フリーキャッシュ・フロー	(百万円)	21,935	18,854	13,962	15,492	15,502
財務CF	(百万円)	△18,018	△8,012	△16,639	△15,005	△12,905
設備投資額	(百万円)	8,603	8,135	11,062	10,006	9,990
減価償却費	(百万円)	16,075	12,469	13,222	13,411	13,103
のれん償却額	(百万円)	1,824	1,765	1,819	1,777	1,762
その他						
ROE	(%)	6.8	10.5	9.0	9.9	5.2
ROA	(%)	3.0	4.6	4.2	4.8	2.6
PER(普通株式)	(倍)	49.9	37.1	43.8	47.7	97.2
PER(優先株式)	(倍)	24.3	17.7	21.0	20.4	29.2
PBR(普通株式)	(倍)	3.3	3.7	3.7	4.5	4.9
PBR(優先株式)	(倍)	1.8	1.9	2.0	2.1	1.7
EPS(普通株式)	(円)	67.37	108.77	99.79	116.02	61.53
EPS(優先株式)	(円)	77.37	118.73	109.75	126.00	71.53
BPS(普通株式)	(円)	1,026.26	1,105.09	1,165.80	1,229.28	1,221.92
BPS(優先株式)	(円)	1,031.26	1,110.09	1,170.80	1,234.28	1,226.92
1株配当金(普通株式)	(円)	40	40	40	40	40
1株配当金(優先株式)	(円)	50	50	50	50	50
総還元性向	(%)	61.2	43.5	48.5	48.9	92.1
外国法人等持株比率	(%)	17.7	19.1	20.6	23.2	22.4
発行済株式数	(千株)	123,459	123,459	123,459	123,459	123,459
普通株式	(千株)	89,212	89,212	89,212	89,212	89,212
優先株式	(千株)	34,246	34,246	34,246	34,246	34,246
期末普通株式株価(権利落調整済)	(円)	3,360	4,040	4,370	5,530	5,980

主要非財務ハイライト

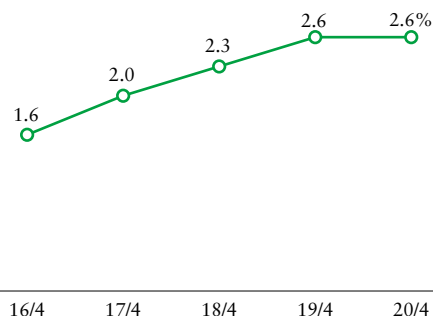
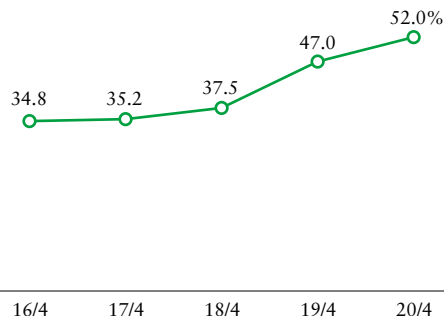
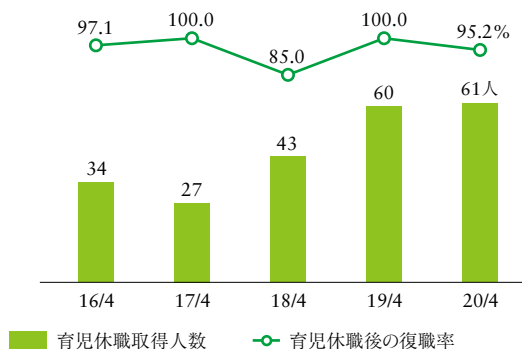
女性管理職比率

16/4	17/4	18/4	19/4	20/4
1.6	2.0	2.3	2.6	2.6%

年次有給休暇取得率

16/4	17/4	18/4	19/4	20/4
34.8	35.2	37.5	47.0	52.0%

育児休職取得人数／育児休職後の復職率

	16/4	17/4	18/4	19/4	20/4
育児休職取得人数	34	27	43	60	61人
育児休職後の復職率	97.1	100.0	85.0	100.0	95.2%

障がい者雇用率

2019年6月1日時点 2.24%

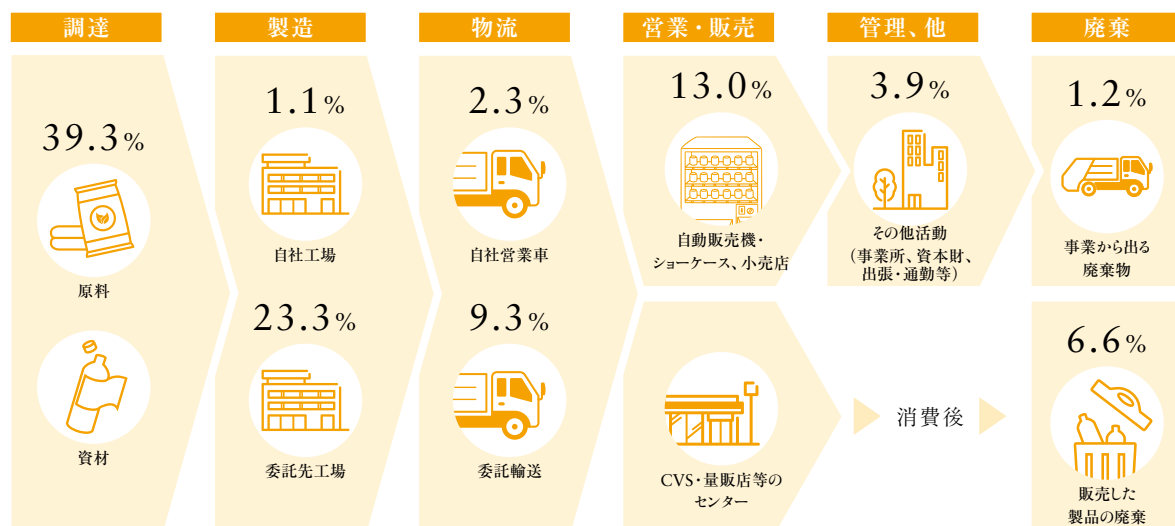
2020年6月1日時点 2.33%

人材への投資

総研修時間 389時間

従業員一人当たり研修費 3.1万円

（2020年4月期）

伊藤園のバリューチェーンを通じたCO_2排出割合（2020年4月期実績）

CO_2排出量の実績

			2018年度	2019年度	対2018年度増減率
Scope1	自社での燃料の使用による直接排出（千t-CO_2）		26	24★	-6.5%
Scope2	自社が購入した電気の使用に伴う間接排出（千t-CO_2）		13	12★	-10.5%
Scope1、Scope2合計（千t-CO_2）			39	36	-7.9%
Scope3	カテゴリー（千t-CO_2）	1 購入した製品・サービス	589	540	-8.3%
		2 資本財	21	17	-19.5%
		3 Scope1、2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動	6	6	-6.2%
		4 輸送、配送（上流）	86	80	-6.8%
		5 事業から出る廃棄物	10	10	-0.5%
		6 出張	1	1	-0.1%
		7 雇用者の通勤	2	2	-0.2%
		8 リース資産（上流）	該当なし	該当なし	-
		9 輸送、配送（下流）	該当なし	該当なし	-
		10 販売した製品の加工	該当なし	該当なし	-
		11 販売した製品の使用	該当なし	該当なし	-
		12 販売した製品の廃棄	58	56	-2.4%
		13 リース資産（下流）	118	111	-5.5%
		14 フランチャイズ	該当なし	該当なし	-
		15 投資	該当なし	該当なし	-
Scope3合計（千t-CO_2）			890	823★	-7.5%
Scope3原単位（t-CO_2／百万円）			2.26	2.18	-3.4%
Scope1～3合計	**排出量（千t-CO_2）**		929	859	-7.5%
	原単位（t-CO_2／百万円）		2.35	2.27	-3.4%
	伊藤園単体売上高（百万円）		394,496	377,788	-4.2%

※Scope1、2排出量の集計範囲は（株）伊藤園（国内の自社工場・研究所、自社ビル、自社営業拠点）、Scope3排出量の集計範囲は（株）伊藤園単体を対象としています。
※算定方法について
　Scope1：燃料種別の使用量に、地球温暖化対策の推進に関する法律で定められた燃料種別のCO_2排出係数を乗じて算定
　Scope2：購入電力量に電気事業者別の基礎排出係数を乗じて算定
※Scope3排出量：Scope1、2以外のその他の間接排出
※各カテゴリーの算定方法について
　カテゴリー1：原料・資材の製造段階における排出量と、飲料製造委託先でのエネルギー使用に伴う排出量を合算して算定。原料・資材は各品目の重量または購入金額に、環境省が公表している「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース　Ver.3.0」（以下、データベース）等の排出原単位を乗じて算出。飲料製造委託先でのエネルギー使用に伴う排出量は、委託先で使用したエネルギーのうち当社製品製造分を対象にScope1、2と同様の方法で算定
　カテゴリー2：有形固定資産の購入額に、データベースの排出原単位を乗じて算定
　カテゴリー3：燃料や電力の購入量に、データベースのエネルギー種別排出原単位を乗じて算定
　カテゴリー4：当社が荷主となって輸送した製品の輸送量をもとに、経済産業省が公表している「ロジスティクス分野におけるCO_2排出量算定方法 共同ガイドラインVer. 3.1」に掲載された方法にて算定
　カテゴリー5：廃棄物種類ごとの排出量にデータベースの排出原単位を乗じて算定
　カテゴリー6：従業員数にデータベースの排出原単位を乗じて算定
　カテゴリー7：従業員数に勤務日数を乗じ、勤務地が位置する都市区分ごとの排出原単位を乗じて算定
　カテゴリー12：販売した製品に使用された資材重量から自社での回収量を控除した重量（容器リサイクル法報告値）に、データベースの排出原単位を乗じて算定
　カテゴリー13：自動販売機およびショーケースの電力消費量に排出係数（代替値）を乗じて算定
※カテゴリー1における飲料製造委託先については、年1回実施しているエネルギー使用量集計調査を通じて委託先におけるScope1、2排出量を集計しています。
※原単位は売上百万円当たりの排出量
※CO_2の排出量はKPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。
※2018年度、2019年度ともにCO_2排出量は5月1日～4月30日を対象に集計しています。ただし、Scope3のカテゴリー12については容器包装リサイクル法に基づき、伊藤園が負担する当該年度の再商品化委託料金算定のために報告した前年度の排出実績より算定しています。

コーポレート・ガバナンス

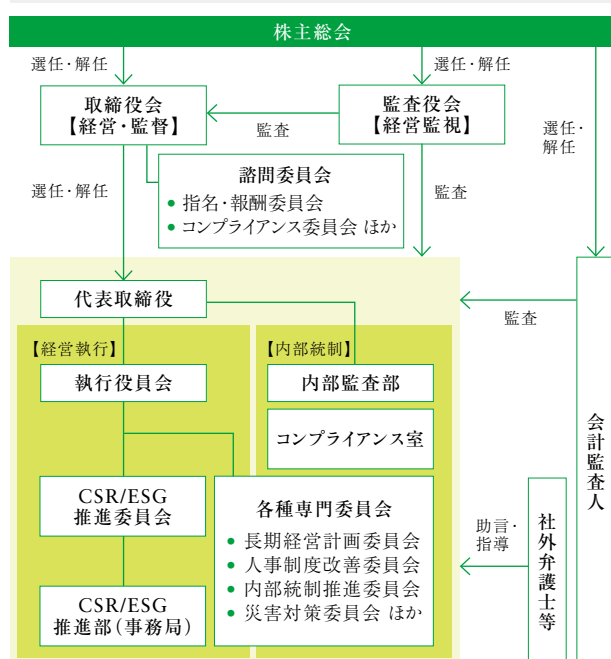
コーポレート・ガバナンス方針

当社では、“お客様第一主義”を経営理念に掲げ、伊藤園グループ基本綱領の中で、「伊藤園グループは企業の永続的な成長・発展と企業価値を高めるため、国・地域社会・消費者・株主・販売先・仕入先・金融機関などのステークホルダーと協調し、企業の社会的責任を果たすこと」を経営の根幹としています。この経営理念が、当社の企業倫理の基本的な考え方であり、コーポレート・ガバナンスを支える根幹です。当社はこの理念に基づき、すべてのステークホルダーの信頼に応え、持続可能な社会の実現に向けた経営を全役員および全従業員一丸となって積極的に推進します。

また、適切なコーポレート・ガバナンスを実現するために、監査役会設置会社の形態を採用し、監査役が、グループ会社の代表取締役あるいは担当取締役または従業員に対し、営業の状況、意思決定のプロセスなどの確認を行い、監査を実施しています。監査役は、取締役会に毎回出席し、監査の状況につき会社全般または個別案件ごとに客観的かつ公平に意見を述べるとともに、監査役会での監査方針に従い取締役の業務執行を監査しています。

当社はコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考えと方針を示すものとして、伊藤園コーポレートガバナンス・ガイドラインを定め、開示しています。主な項目は以下の通りです。

- 経営理念とコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方
- コーポレート・ガバナンス体制
- ステークホルダーの利益保護に関する対応

コーポレート・ガバナンス体制の概要

取締役会

取締役会は、原則月1回開催され、経営の基本方針・経営戦略などの重要事項を協議・決定しています。

取締役は14名で、うち4名は社外取締役であり、専門知識を活かして職務執行を監督・牽制する機能を担っています。

監査役会

監査役会は、原則月1回開催され、監査に関する重要事項を協議・決定するほか、監査実施状況、課題認識などの情報共有および意見交換などをしています。

監査役会は常勤監査役1名、非常勤監査役3名（いずれも社外監査役）で構成され、取締役会などの重要会議への出席、重要書類の閲覧、業務執行部署への往査などを通じて、取締役の職務執行の適法性を中心に監査し、必要に応じて意見表明をしています。

社外役員の取締役会・監査役会への貢献

当社は、経営の監督機能の強化を図るため、社外役員の拡充に取り組んできました。社外取締役および社外監査役の選任にあたっては、客観的・中立的な視点に立った監査・監督機能を発揮し、健全なコーポレート・ガバナンスの形成に貢献できることを主要条件としています。

社外役員

社外取締役	田口 守一	大学教授として長年、法務の研究を行ってきた専門的な知見に基づき、社外取締役として客観的かつ専門的な観点から発言しています。
	臼井 祐一	警察官と経営者という多様な経験と幅広い見識に基づき、社外取締役という実践的な観点から発言しています。
	田中 豊	税理士としての経験を通して培われた税務に関する高い見識に基づき、社外取締役として中立的かつ客観的な観点から発言しています。
	髙野 秀夫	長年東京商工会議所において様々な企業の経営支援に深く参画してきた経験と幅広い見識を活かし、客観的に経営の監督をしています。
社外監査役	高澤 嘉昭	弁護士としての経験を通して培われた企業法務に関する高い見識に基づき、社外監査役として中立的かつ客観的な観点から発言しています。
	長澤 正浩	会計士としての経験を通じて培われた会計に関する高い見識に基づき、社外監査役として中立的かつ客観的な観点から発言しています。
	宮嶋 孝	金融、財務に関する幅広い知識・見識を有しており、これまでの豊富な経験を踏まえ、社外監査役として経営監視を行っています。

社外役員の取締役会・監査役会への出席状況（2020年4月期）

区分	氏名	取締役会	監査役会
取締役	田口 守一	13回／14回	—
取締役	臼井 祐一	13回／14回	—
取締役／監査役	田中 豊	13回／14回	4回／4回
監査役	高澤 嘉昭	14回／14回	15回／15回
監査役	長澤 正浩	13回／14回	14回／15回
監査役	宮嶋 孝	11回／11回	11回／11回

田中豊氏は2019年7月に監査役を退任し、取締役に就任
宮嶋孝氏は2019年7月に監査役に就任

取締役会の実効性評価

当社は、取締役会の実効性に関する分析および評価を2016年4月期より毎年実施し、取締役会の機能向上に努めています。2020年4月期の取締役会の実効性に関する分析および評価は以下の通りです。

2020年4月期　取締役会の機能向上を目的に、アンケートおよびインタビューを実施し、取締役会で議論しました。

1 実施内容

（1）実施期間：2020年3月から4月まで
（2）対象者：全取締役および監査役
（3）実施要領：
　① アンケートによる自己評価を実施
　② アンケートの結果を踏まえた個別インタビューを実施
　③ アンケートおよびインタビューの結果を集計・分析
　④ 取締役会において集計結果を検証

2 評価内容

（1）取締役会の構成
（2）取締役会の役割・責務
（3）取締役会の運営状況
（4）意思決定・審議方法
（5）株主等との関係

3 評価の結果

- 取締役会の規模、構成、資質、運営方法は、経営判断および監督を果たすうえで十分に機能していることを確認しました。
- 取締役会の議論に関しては、社内・社外にかかわらず自由闊達に建設的な議論が行われ経営に寄与していることを確認しました。
- 前期の課題についても審議案件の基準見直しなど、着実に進捗していることを確認しました。
- 新たな課題として、海外企業も含めた中長期経営計画の情報共有を今まで以上に行っていくことや、業務執行状況をタイムリーに共有し、さらに深い議論を行っていくことへのご指摘もありました。

4 今後の取り組み

取締役会は、各取締役および監査役からの意見・提言を受けて議論した結果や、上記のご指摘を課題として認識し、取締役会の実効性の維持・向上に努めます。

役員報酬額等

（1）役員の報酬等の額の決定に関する方針

当社の取締役の報酬等は、固定報酬と業績連動報酬で構成されており、監査役報酬は、固定報酬のみとしています。なお、役員賞与および役員退職慰労金は、2002年7月に廃止しています。

固定報酬は、株主総会にて決議された報酬枠の範囲内において、その職位ごとに応じて決定しています。

業績連動報酬は、業績連動報酬型新株予約権制度を導入しており、各担当役員に付与される新株予約権（ストック・オプション）は、業績を厳密に評価して決定しています。

（2）役員の報酬額

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数は以下の通りです。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数（2020年4月期）

役員区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）			対象となる役員の員数（人）
		固定報酬	業績連動報酬	退職慰労金	
取締役（社外取締役を除く）	643	557	86	—	9
監査役（社外監査役を除く）	13	13	—	—	2
社外役員	62	62	—	—	6

（3）指名・報酬委員会

当社は、取締役等の指名・報酬などの事項について決定する指名・報酬委員会を設置しています。これにより社外取締役の適切な関与・助言を得て、今まで以上に取締役会機能の独立性・客観性と説明責任を強化します。なお、指名・報酬委員会は、委員3名以上で組織し、取締役および2名以上の社外取締役で構成しています。

経営トップ層の育成

経営トップ層の育成に関しては、経営幹部の中から選抜し、早期の段階からグループ会社等の経営層を経験させるなど、多角的な経営感覚を磨くための育成を図っています。

次世代リーダーの育成

当社では、次世代の経営層を担う人材育成に注力し、全社的な視点で中長期的な経営課題をとらえ解決するスキルを身に付けるための「経営課題解決講座」を設けています。2009年より開始し、毎年15名前後を選抜、1年を通じて講座を開催しています。最終回には経営陣による対象者の評価も行い、次世代の幹部候補の育成にあたっています。

執行役員制度

当社は、執行役員制度を導入することで、取締役会の経営に関する意思決定の迅速化と監督機能の強化、業務執行に対する責任と権限の明確化による経営計画の実行体制の強化に努めています。2018年8月より、執行役員と会社との関係を、雇用契約型から委任契約型へ変更し、業務執行に対する責任と権限をより明確化して、業務執行体制の強化を図っています。

コンプライアンス

当社は、2004年5月1日にコンプライアンス委員会およびコンプライアンス室を設置し、法令遵守を経営の基本方針に掲げ、「コンプライアンス企業・伊藤園グループ」の確立を目指すことを宣言しました。

「伊藤園グループ行動基準の手引」は、法令・企業倫理を遵守し、社会的要請に真摯に対応するべく、当社グループの全役員、社員に配布しているものです。「伊藤園グループ基本綱領」の理念に基づく行動規範とそれを具体化した行動基準などコンプライアンスに関する一連の取り組みが網羅されています。

また、内部通報制度も整備し、コンプライアンス教育の徹底により、ハラスメント防止、贈収賄などの腐敗防止を含むグループコンプライアンスの強化を図っています。コンプライアンス違反には厳正な対処を行っています。

公正な事業慣行

健全な調達・取引の徹底、製造委託先との公正な取引、公正な競争の確保などを実践しています。

サプライチェーンマネジメント

社会面・環境面に配慮した調達について伊藤園グループ調達方針を定めています。これにより仕入先など関係者と協働でサプライチェーンのマネジメントを強化しています。

知的財産の保護

当社グループは他社の知的財産権を尊重するとともに、当社の権利を保護しています。

「伊藤園コーポレートガバナンス・ガイドライン」は、こちらをご参照ください。

https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/csr/governance/corporate_governance_guideline2018.pdf

コーポレート・ガバナンスに関する詳細は、コーポレート・ガバナンス報告書をご参照ください。

https://www2.tse.or.jp/disc/25930/140120200626452684.pdf

「行動基準の手引」（行動規範および伊藤園グループ・コンプライアンス体制など）は、こちらをご参照ください。

https://www.itoen.co.jp/csr/governance/

Commitment

取締役副会長
コンプライアンス、
生産本部、物流本部 担当

橋本 俊治

企業が持続可能な成長をするため、ESGの中でもコーポレート・ガバナンスは、特に重要な課題です。変化にすばやく対応し、効率的かつ公正で透明性の高い経営を実現し、企業価値の継続的な拡大を実現するために、コンプライアンスを遵守し、経営体制や内部統制システムを実効的に運用して、ガバナンス責任を果たしていきます。

また、伊藤園グループでは8,000人以上の従業員が所属し、製造・物流面では「ファブレス方式」を採用しているため、パートナーシップ構築の重要性を強く認識しています。「人権の尊重」は、当社の経営理念「お客様第一主義」の基本です。当社のサプライチェーン全体でコミュニケーションを高めるとともに、仕事の質を向上し、ハラスメント防止の強化や、国際的な人権基準や課題への理解を深め、取り組みを進めていきます。

リスクマネジメント

基本方針

当社は、リスク担当部署を設け、規程やガイドラインを策定し、的確に対処するための組織横断的なリスク管理体制を構築してリスクマネジメントを行っています。

①コンプライアンス上のリスク、②情報セキュリティ上のリスク、③品質および環境上のリスク、④財産保全上のリスク、⑤災害および事故のリスクなどに的確に対処するための体制を整え、リスクマネジメントを行っています。コンプライアンス委員会、安全衛生委員会、災害対策委員会などの関連委員会も整備しています。

また、BCP(事業継続計画)によるリスク管理として、当社では、BCPの浸透を推進するため、各部署にBCPマニュアルを配布し、意識を高め事業継続力の強化を図っています。

内部統制システムの整備

「内部統制システム基本方針」に基づき、当社グループの業務運営の透明性を高め、有効性・効率性をさらに向上させること、財務報告の信頼性を高めること、法令などの遵守を図ること、資産の保全を図ることを目的として内部統制システムを構築しています。

品質管理の徹底

食品メーカーとして安全・安心な製品を消費者にお届けするのは、最優先の使命です。

当社は、品質管理方針を定め、製造委託先を含めた関係先と協働で、環境・社会の両面に配慮した供給体制の確立に努めています。品質管理方針では安全で信頼性を有する製品の提供、法令などの遵守、国際基準を活用した製品の安全性の確保を定めています。品質管理面では国際規格ISO9001の認証で品質マネジメントシステムを構築しており、静岡相良工場ではFSSC22000(食品安全管理マネジメントシステム)の認証も取得し、運用しています。

原料段階における残留農薬検査は当社品質管理部門で行い、製品段階における、香味や機器分析、微生物などの検査は、当社品質管理部門と製造委託工場の双方が行っています。

製品は当社の品質管理基準(飲料製造および茶葉製造ガイドライン)を満たした工場で製造し、日々情報を共有するとともに、工場担当者との品質会議(委託先など関係者との合同による会議)を行うことにより、安全・安心な製品づくりを徹底しています。

リスクマネジメントとESGのかかわり

ステークホルダーからのESG要求の高まりに伴い、ESGに適切に対応できない場合、種々の問題が生じます。これら課題に迅速に対応すべく、様々な研修などを定期的に行い、実情に即した管理を行っています。

新型コロナウイルス感染症対策

新型コロナウイルスの世界的拡大を受け、当社では、社長を対策本部長とするウイルス感染対策室を設置し、グループ会社を含む情報収集、衛生用品の支給、勤務体制の変更など感染防止と、当社事業所から感染者が発生した場合、その後の確実な事業継続と早期全面再開を前提とした取り組みを進めています。

主な対応策

衛生用品の支給と検温・消毒の徹底

- 全社員への定期的なマスク支給と着用義務化
- 公共交通機関利用社員にアルコールハンドジェル支給
- 日々の検温等体調管理、手洗い、うがい実施と記録

オフィスでの感染防止策

- 本社受付にサーモグラフィーを設置し検温実施
- 事務フロアおよび会議室・商談室に飛沫防止パーテーションおよび空気清浄機設置
- 共用部や社員が触れる場所のアルコール消毒液による清掃・消毒の実施と記録化
- オンライン(WEB)会議環境の整備および導入

本社受付サーモグラフフィーによる体温チェック

勤務体制の柔軟化

- 時差出勤:出勤時間を8段階に分け、勤務時間を分散
- 休日変更・サテライト勤務・在宅勤務:出勤日の分散、自宅近隣の事業所での勤務や、モバイルパソコンを支給し在宅勤務体制を拡大。社員の勤務時間の重複、接触を最大限低減するとともに移動による感染リスクの低減
- スーパーフレックスタイム制:設定した総労働時間の範囲内で始業・終業時刻を調整
- 65歳以上や妊婦、持病のある従業員は自宅待機(特別休暇扱い)

国内外の移動制限

- 国内外の出張原則禁止(現在は感染状況により対応)
- 集合会議・教育やイベントの禁止

ステークホルダーエンゲージメント（お客様との関係構築）

投資家との対話

当社における投資家との対話は、財務経理部が主管で担当していますが、代表取締役社長、担当取締役などと対応方法を検討し、適切に対応するものとしています。さらに広報部、財務経理部門横断の定期的な会議を開催し、決算などの開示・説明において、各々の専門的見地に基づく意見交換や連携した対応を行い、投資家との対話に向けた内容の充実を図っています。

株主に対する適時・適切な情報開示にも努め、決算説明会、当社ホームページによる積極的な情報発信により、当社の経営戦略や事業環境に関する理解を深めていただくようにしています。さらに決算発表後の取締役会においては、株主やアナリストから寄せられた意見を共有し、経営戦略のレビューなどに積極的に活かしています。

また当社では、必要に応じて実質株主調査を実施し、株主構造を把握しています。

IR活動の推進

当社では、管理本部の所管として財務経理部に財務・IR課を設置し、経営トップが先頭に立ち積極的かつ機動的なIR活動を推進しています。情報発信・開示については、公平性の観点から、通期および第2四半期決算説明会発表後、連結および単体の決算短信、決算説明会資料（IR資料）を速やかにホームページに掲載し、個人投資家、決算説明会に出席できなかったアナリスト、機関投資家の皆様が閲覧できる環境を整備しています。

そのほかにも伊藤園統合レポート、事業報告書、四半期販売状況ニュースリリース、有価証券報告書、株主総会招集通知なども掲載し、投資家の理解を深める様々なツールを用意しています。また、外国人投資家にも配慮し、決算短信、決算説明会資料（IR資料）、一部のニュースリリースおよび伊藤園統合レポートの英語版も作成しています。

ステークホルダーとの対話

当社では、ステークホルダーとの対話を重視し、投資家だけでなく有識者とのステークホルダーダイアログ、消費者・消費者団体代表との対話、消費者へのアンケートを実施するなど、幅広くご意見をいただき経営に反映させています。

2020年4月期ステークホルダーダイアログ概要

1 製造委託会社とのESG連絡会議

2020年1月21日、伊藤園本社において、製造委託会社9社との第1回ESG連絡会議を開催しました。

会議では、伊藤園の環境・社会課題への今後の取り組みについてCSR/ESG推進部と飲料部より説明させていただき、お取引先と環境負荷低減や、人権保護について、どのような協働ができるか、よりWin-Winとなれるか意見交換を行いました。

2 人権領域の有識者との意見交換会

2020年3月9日、伊藤園本社において、社外有識者と「伊藤園グループ人権方針」策定に向けた意見交換会を開催しました。

社外有識者

- ことのは総合法律事務所
  弁護士　**佐藤 暁子氏**
- 一般財団法人アジア・太平洋人権情報センター
  特任研究員　**松岡 秀紀氏**

会議では、人事総務副本部長より策定中の「人権方針」の経緯・経過をお示しし、有識者の方々からは国内外の情報やステークホルダー視点の重要性や社内浸透などのアドバイスをいただきました。

いただいたご意見を反映し、「伊藤園グループ人権方針」を策定しました。今後は、社員への教育を行い、活動や取り組みに活かしていきます。

人権領域の有識者との意見交換会

「ステークホルダーダイアログ」の詳細は、こちらをご参照ください。
https://www.itoen.co.jp/csr/stakeholder

第三者保証

「伊藤園統合レポート2020」では、開示しているデータの信頼性を向上させるため、環境データの一部について、KPMGあずさサステナビリティ株式会社の保証を受けています。
保証対象となる指標には ★ マークを付しています。

独立した第三者保証報告書

2020年11月24日

株式会社伊藤園
代表取締役社長 執行役員 本庄 大介 殿

KPMGあずさサステナビリティ株式会社
東京都千代田区大手町一丁目9番7号

代表取締役

当社は、株式会社伊藤園(以下、「会社」という。)からの委嘱に基づき、会社が作成した伊藤園統合レポート2020(以下、「統合レポート」という。)に記載されている2019年5月1日から2020年4月30日までを対象とした★マークの付されている環境パフォーマンス指標(以下、「指標」という。)に対して限定的保証業務を実施した。

会社の責任

会社が定めた指標の算定・報告基準(以下、「会社の定める基準」という。統合レポートに記載。)に従って指標を算定し、表示する責任は会社にある。

当社の責任

当社の責任は、限定的保証業務を実施し、実施した手続に基づいて結論を表明することにある。当社は、国際監査・保証基準審議会の国際保証業務基準(ISAE)3000「過去財務情報の監査又はレビュー以外の保証業務」及びISAE3410「温室効果ガス情報に対する保証業務」に準拠して限定的保証業務を実施した。

本保証業務は限定的保証業務であり、主として統合レポート上の開示情報の作成に責任を有するもの等に対する質問、分析的手続等の保証手続を通じて実施され、合理的保証業務における手続と比べて、その種類は異なり、実施の程度は狭く、合理的保証業務ほどには高い水準の保証を与えるものではない。当社の実施した保証手続には以下の手続が含まれる。

- 統合レポートの作成・開示方針についての質問及び会社の定める基準の検討
- 指標に関する算定方法並びに内部統制の整備状況に関する質問
- 集計データに対する分析的手続の実施
- 会社の定める基準に従って指標が把握、集計、開示されているかについて、試査により入手した証拠との照合並びに再計算の実施
- リスク分析に基づき選定した静岡相良工場に対する現地往査の代替的な手続としての質問及び証憑等の文書の閲覧
- 指標の表示の妥当性に関する検討

結論

上述の保証手続の結果、統合レポートに記載されている指標が、すべての重要な点において、会社の定める基準に従って算定され、表示されていないと認められる事項は発見されなかった。

当社の独立性と品質管理

当社は、誠実性、客観性、職業的専門家としての能力と正当な注意、守秘義務及び職業的専門家としての行動に関する基本原則に基づく独立性及びその他の要件を含む、国際会計士倫理基準審議会の公表した「職業会計士の倫理規程」を遵守した。

当社は、国際品質管理基準第1号に準拠して、倫理要件、職業的専門家としての基準及び適用される法令及び規則の要件の遵守に関する文書化した方針と手続を含む、包括的な品質管理システムを維持している。

以 上

役員一覧（2020年11月1日現在）

取締役

代表取締役会長
本庄 八郎

1964年8月 日本ファミリーサービス株式会社設立 同社取締役
1966年8月 フロンティア製茶株式会社（1969年5月に株式会社伊藤園に商号変更）設立 当社取締役
1978年5月 当社取締役副社長
1987年4月 当社代表取締役副社長
1988年5月 当社代表取締役社長
2009年5月 当社代表取締役会長（現任）

創業者として、強いリーダーシップを発揮し、長年経営を担い、グループ経営における豊富な経験と実績を有しています。

代表取締役社長 執行役員
本庄 大介

1987年4月 当社入社
1990年7月 当社取締役
1997年5月 当社常務取締役
2000年5月 当社専務取締役
2002年7月 当社代表取締役副社長
2009年5月 当社代表取締役社長
2019年5月 当社代表取締役社長 執行役員（現任）

社長就任以来、豊富な経験と知見を活かし経営の指揮を執り続けています。

代表取締役副社長 執行役員
本庄 周介

1994年4月 当社入社
2003年7月 当社取締役
2005年5月 当社常務取締役
2008年5月 当社専務取締役
2010年5月 当社取締役副社長
2014年8月 当社代表取締役副社長
2019年5月 当社代表取締役副社長 執行役員（現任）

長年にわたり営業部門を指揮し、豊富な経験と経営全般に関する知見を有しています。

取締役副会長
橋本 俊治

1970年1月 当社入社
1990年7月 当社取締役
1994年5月 当社常務取締役
1997年5月 当社専務取締役
2000年5月 当社取締役副社長
2019年5月 当社取締役副会長（現任）

主として生産部門や物流部門を指揮し、仕入・研究開発・品質管理・物流分野における豊富な経験や知識を有しています。

取締役副社長 執行役員
渡辺 實

1976年7月 当社入社
1996年7月 当社取締役
2001年5月 当社常務取締役
2003年5月 当社専務取締役
2008年5月 当社取締役副社長
2019年5月 当社取締役副社長 執行役員（現任）

主として管理部門を指揮し、財務、人事総務、海外事業分野における豊富な経験と知識を有しています。

取締役 専務執行役員
社 三雄

1978年4月 当社入社
1992年7月 当社取締役
2001年5月 当社常務取締役
2010年5月 当社専務取締役
2019年5月 当社取締役 専務執行役員（現任）

主としてマーケティング部門を指揮し、製品開発・研究開発分野における豊富な経験と知識を有しています。

取締役 専務執行役員
中野 悦久

1989年3月 当社入社
2010年7月 当社取締役
2014年5月 当社常務取締役
2019年5月 当社取締役 専務執行役員（現任）

これまで営業部門や人事総務部門を指揮し、営業部門では地域営業や量販店・コンビニエンスストアといった様々な業態での経験や知識を有しています。現在は生産本部を指揮しています。

取締役 専務執行役員
神谷 茂

1982年3月 当社入社
2014年7月 当社取締役
2016年5月 当社常務取締役
2019年5月 当社取締役 専務執行役員（現任）

主として営業部門を指揮し、これまでコンビニエンスストア・量販店といったチャネルで積極的な営業展開を推進し、関係強化に尽力しています。

取締役
Yosuke Jay Oceanbright Honjo

1992年3月 当社入社
2002年7月 当社取締役（現任）

すべての米国での事業をCEOとして指揮し、米国本土のニューヨーク進出時から当社がグローバルな事業経営を推進するために尽力しています。

取締役 専務執行役員
平田 篤

1988年5月 当社入社
2016年5月 当社管理本部長（現任）
2020年7月 当社取締役 専務執行役員（現任）

主として管理部門を指揮し、財務経理・人事総務分野における豊富な経験と知識を有しています。

社外取締役
田口 守一

1975年4月 愛知学院大学法学部専任講師
1984年1月 同大学法学部教授
1995年4月 早稲田大学法学部教授
2004年4月 同大学大学院法務研究科教授
2013年7月 当社取締役（現任）
2014年4月 早稲田大学名誉教授（現任）

長年にわたり法務の研究を行い、専門的な知見と様々な経験を有しています。

社外取締役
臼井 祐一

1976年10月 警視庁入庁
1994年 2月 同庁第七機動隊副隊長
2005年10月 同庁人事第二課長
2010年 2月 同庁地域部長
2011年 4月 ヤマト運輸株式会社入社 人事総務部部長
2012年 4月 同社執行役員CSR推進部長
2014年 4月 同社常務執行役員
2015年 4月 同社取締役常務執行役員
2018年 4月 同社取締役
2018年 6月 うすい事務所代表（現任）
2018年 7月 当社取締役（現任）

長年における警察官としての豊富な経験と幅広い見識を有し、物流企業にて直接会社経営にも関与して、多様な経験と見識を有しています。

社外取締役
田中 豊

1966年4月 札幌国税局入局
2003年7月 東京上野税務署長
2006年7月 高松国税不服審判所長
2007年7月 国税庁長官官房付
2007年8月 田中税理士事務所所長（現任）
2013年7月 当社監査役
2019年7月 当社取締役（現任）

税理士としての専門的な知見ならびに幅広い知識および経験を有しています。

社外取締役
髙野 秀夫

1977年 4月 東京商工会議所入所
2006年 4月 東京商工会議所総務統括部長
2009年 4月 東京商工会議所理事・事務局長
2012年 4月 東京商工会議所常務理事
2015年11月 一般財団法人日本民族工芸技術保存協会理事長（現任）
2016年 6月 東京商工会議所常任参与
2020年 7月 当社取締役（現任）

長年にわたり東京商工会議所において様々な企業の経営支援に携わっており、豊富な経験と幅広い見識を有しています。

監査役

常勤監査役

中込 修二

1981年3月 当社入社
2007年5月 当社商品部長
2010年5月 当社地域営業管理本部副本部長
2012年5月 当社執行役員地域営業管理本部長
2014年7月 当社取締役
2017年5月 当社物流本部長
2018年5月 当社常務執行役員
2019年5月 当社顧問
2019年7月 当社常勤監査役（現任）

長年、当社の営業管理部門・物流部門を指揮したことにより、製品、営業、物流について熟知しています。

社外監査役

高澤 嘉昭

1959年4月 最高裁判所司法研修所入所
1961年4月 金沢地方裁判所裁判官
1964年4月 神戸地方裁判所尼崎支部裁判官
1967年4月 大阪地方裁判所裁判官
1971年4月 裁判官を退官、弁護士登録
高澤嘉昭法律事務所代表（現任）
1991年7月 当社監査役（現任）

弁護士としての専門的な知見ならびに幅広い知識および経験を有しています。

社外監査役

長澤 正浩

1981年10月 プライスウォーターハウス会計事務所（現・PwCあらた有限責任監査法人）入所
1984年 4月 新和監査法人（現・有限責任 あずさ監査法人）入所
2002年 8月 朝日監査法人（現・有限責任 あずさ監査法人）代表社員
2012年 7月 長澤公認会計士事務所代表（現任）
2013年 7月 当社監査役（現任）
2014年 5月 株式会社東京個別指導学院社外監査役（現任）

公認会計士としての専門的な知見ならびに幅広い知識および経験を有しています。

社外監査役

宮嶋 孝

1984年 4月 株式会社埼玉銀行入行
2003年11月 株式会社りそな銀行長岡支店長
2008年 4月 同社上野・日暮里エリア営業第一部長
2010年 6月 同社執行役員多摩地域担当
2015年 4月 株式会社埼玉りそな銀行執行役員融資部担当
2016年 4月 同社常務執行役員
2017年 4月 りそなキャピタル株式会社代表取締役社長（現任）
2019年 7月 当社監査役（現任）

金融機関において培った金融・財務に関する幅広い知識および経験を有しています。

執行役員（取締役兼務を除く）

常務執行役員

石坂 健一郎
特販営業本部長

吉田 秀樹
中四国・九州地域営業本部長

田熊 元彦
生産本部副本部長
兼 静岡相良工場長

斉藤 武志
中部地域営業本部長

貴志 望
広域流通営業本部長

石田 寿
管理本部副本部長

執行役員

朝野 克己
内部監査部長

白井 実
生産本部副本部長

川崎 潤
関西地域営業本部長

岡野 浩也
北海道・東北地域営業本部長

佐々木 貴浩
北関東・東関東地域営業本部長

笹目 正巳
開発二部長

鈴木 仁
物流本部長

安藤 裕康
南関東地域営業本部長

坂根 巌
中央研究所 上席研究員

川本 正人
東京・千葉地域営業本部長

近藤 清
営業統括管理本部長兼・事務センター長

唐沢 進治
特販営業本部副本部長

次世代の子どもたちに向けた「お茶の出前授業」

当社は一般社団法人和食文化国民会議（略称:和食会議）に2015年の設立当初から参画し、茶文化を通じて日本の伝統的食文化である「和食の普及・啓発」に取り組んでいます。

和食会議では、次世代を担う子どもたちに向けた食育活動として、会員による和食に関する「出前授業」を実施しています。和食文化の中で、和食とともに供されてきた日本茶は、和食文化の重要な食材の一つとして、日本人の食生活に大きくかかわっています。当社では食育活動の一環として、伊藤園ティーテイスターが主に小中学校、保育所などにお伺いし、「お茶の出前授業」の講師を務め、和食文化の一端を担うお茶の継承活動を実施しています。

伊藤園ティーテイスターによる出前授業の様子

「和食とお茶の親和性」について科学的に検証

当社では、和食会議の普及・啓発部会に参加し、「和食のうま味を引き立てる日本茶」の発表をしています。また、一般社団法人和食文化国民会議*と連携し、国の食育事業に出展するなど、その価値を国民全体で共有する活動を進めています。

様々な和食料理と緑茶の相性を科学的に明確にし、体系化することで、国内外に向けた緑茶と和食の訴求および緑茶の飲用提案を進めています。

*一般社団法人和食文化国民会議は、「和食:日本人の伝統的な食文化」のユネスコ無形文化遺産登録申請を契機に、和食文化を次世代へ継承するため、その価値を国民全体で共有する活動を展開しています。

用語集

用語集では、本レポートをご理解いただくうえでの主な用語を解説しています。読む際のご参考にしてください。

用語	解説
CSR	Corporate Social Responsibilityの略称。企業が事業活動において利益を追求するだけでなく、あらゆるステークホルダーとの関係性を重視しながら果たす社会的責任。
CSV（Creating Shared Value）	共有価値の創造。企業が事業活動を通じて社会的課題と経済的課題の同時解決を目指す考え方。ハーバード大学ビジネススクールのマイケル・E・ポーター教授が中心となり提唱している概念。
ESG	環境（Environment）、社会（Social）、ガバナンス（Governance）の頭文字を取ったもの。今日、企業の持続的な成長のため、ESGが示す三つの観点が必要であるという考え方が世界的に広まっており、企業の株主でもある機関投資家の間でも急速に広がっている。
ISO14001	企業などの活動が環境に及ぼす影響を最小限にとどめることを目的に定められた、環境マネジメントシステムに関する国際的な標準規格。
ISO26000	2010年11月に発行された社会的責任に関する手引。ISOのほかの標準規格と異なり、認証を求めておらず、ガイダンスとして位置付けられている。
KPI	Key Performance Indicatorの略称で、日本語では「重要業績評価指標」といわれる。経営には様々な種類の業績評価指標が使われるが、KPIはその中でも「キー（重要な）」となる指標。

社外からの評価

当社の活動については、経営全般に加え、調達から販売までのすべての面で外部から評価されています(最近表彰されている受賞実績を中心に掲載しています)。

カテゴリー		受賞実績*1
全般	経営全般	ポーター賞(2013年)
	CSR活動の継続的改善	ジャパンSDGsアワード(特別賞「SDGsパートナーシップ賞」)(2017年)
		環境コミュニケーション大賞(優良賞)(2018年、2016年、2015年)
	海外普及	日本食海外普及功労者表彰(農林水産大臣賞)(2013年)
調達	茶産地育成事業	食品産業優良企業等表彰(農林水産大臣賞)(2016年)
		日経ソーシャルイニシアチブ大賞(企業部門賞)(2015年)
		フード・アクション・ニッポンアワード(研究開発・新技術部門 最優秀賞)(2013年)
製造・物流	新・環境配慮型紙パック飲料容器	地球環境大賞(環境大臣賞)(2016年)
		リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰(農林水産大臣賞)(2014年)
	NSシステム	環境賞(優秀賞)(2015年)
		食品産業もったいない大賞(農林水産省 食料産業局長賞)(2015年)
	モーダルシフト	物流環境大賞(物流環境特別賞)(2018年)
製品企画・開発	「茶殻リサイクルシステム」	エコマークアワード2014(銀賞を受賞)(2015年)
		リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰(農林水産大臣賞)(2013年)
		地球環境大賞(環境大臣賞)(2011年)
営業・販売	「お茶で琵琶湖を美しく。」 「お茶で日本を美しく。」	生物多様性日本アワード(優秀賞)(2015年)
		日本水大賞(経済産業大臣賞)(2015年)
	伊藤園お～いお茶新俳句大賞	青少年の体験活動推進企業表彰(文部科学省、審査委員会奨励賞)(2015年)
	「KEEP IN MY BOTTLE」*2	FOODEX美食女子グランプリ(ドリンク部門金賞)(2018年) 〈「KEEP IN MY BOTTLE シリアルティー 7袋」はバイヤー特別賞も受賞〉
	「さらさら健康ミネラルむぎ茶」40g	FOODEX美食女子グランプリ(ママの愛部門グランプリ)(2017年)
	「Relax PEACH」500ml	FOODEX美食女子グランプリ(ドリンク部門金賞)(2017年)
	「ヘルシー ルイボスティー」500ml	FOODEX美食女子グランプリ(金賞)(2014年)
	「お～いお茶 新緑」PET470ml	FOODEX美食女子グランプリ(ドリンク部門金賞)(2019年)
	「お～いお茶」	「お～いお茶」ブランドが、「ナチュラルヘルシーRTD緑茶飲料(最新年間売上)」販売実績世界一としてギネス世界記録®に認定(2019年、2020年)

*1 実績年次は授賞式年時　*2「KEEP IN MY BOTTLE ジャスミンティー 7袋」「KEEP IN MY BOTTLE シリアルティー 7袋」「KEEP IN MY BOTTLE プレミアムルイボスティー 7袋」「KEEP IN MY BOTTLE ルイボス&ハーブティー 7袋」が受賞

ROE	Return On Equityの略称で、日本語では「自己資本利益率」。企業の自己資本(株主資本)に対する当期純利益の割合。
SDGs	2015年9月の国連総会首脳サミットで採択された「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」の略。2030年までに、環境破壊、人権配慮や貧困解消など世界で解決すべき目標を示したもので、17の目標と169のターゲットで構成されている。持続可能な社会の実現に向けて、国や自治体だけでなく、企業の役割と関与の重要性を初めて明確に示した点が特徴。
インバウンド	原義は「入ってくる、内向きの」という意味の形容詞(英語)。外国人旅行者を自国へ誘致すること。日本においては、海外から日本へ来る旅行者を指す。
コーポレート・ガバナンス	企業統治と訳される、企業における意思決定の仕組み。企業の不祥事の発生や組織全体での企業倫理の逸脱などを防ぐために重要。
コンプライアンス	法令遵守と訳されるが、企業が法律や内規などの基本ルールに従って活動し、社会の期待に応えること。
サステナビリティ	持続可能性(Sustainability)、持続できること。経済的発展をしつつ、環境および社会の両側面において、現在、将来も引き続き貢献する考え方。
パリ協定	第21回気候変動枠組条約締約国会議(COP21)が開催されたパリにて、2015年12月12日に採択された、気候変動抑制に関する多国間の国際的な協定。日本は2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする目標を公表。

主なグループ会社紹介（2020年4月30日現在）

国内

タリーズコーヒージャパン株式会社
チチヤス株式会社
株式会社沖縄伊藤園
伊藤園・伊藤忠ミネラルウォーターズ株式会社
ネオス株式会社
株式会社グリーンバリュー
伊藤園産業株式会社
株式会社伊藤園関西茶業

海外

［米国］
ITO EN (North America) INC.
ITO EN (Hawaii) LLC
Mason Distributors, Inc.
Distant Lands Trading Co.

［オーストラリア］
ITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITED

［シンガポール］
ITO EN Asia Pacific Holdings Pte. Ltd.
ITO EN Singapore Pte. Ltd.

［中国］
福建新烏龍飲料有限公司
伊藤園飲料（上海）有限公司

［インドネシア］
PT ITO EN ULTRAJAYA WHOLESALE

［タイ］
ITO EN(Thailand)Co., Ltd.

主なグループ会社に関する詳細は、以下のサイトをご参照ください。
https://www.itoen.co.jp/company/group/

TOPICS

タリーズコーヒージャパン株式会社

http://www.tullys.co.jp

スペシャルティコーヒーショップとして、「タリーズコーヒー」などの飲食店の経営、フランチャイズ展開を行っています。

タリーズコーヒー
RAYARD Hisaya-odori Park店

タリーズコーヒー福岡空港店

チチヤス株式会社

https://www.chichiyasu.com/

主に牛乳やヨーグルトなどの乳製品を製造・販売しています。

主力製品：チチヤスヨーグルト（左）、
チチヤスヨーグルト低糖（右）

アンテナショップ「CHICHI YASU」
（広島県広島市西区）

ITO EN (North America) INC.

https://www.itoen.com

「お〜いお茶」や「TEAS' TEA」などの飲料、リーフ製品を販売しています。また、お茶を中心とする和食文化も紹介しています。

ティーショップ「matcha LOVE」

主な連結子会社の状況

（億円）

	2020年4月期実績		2021年4月期計画	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益
米国事業*1	309（285,736千米ドル）	6（6,034千米ドル）	316（292,794千米ドル）	10（9,956千米ドル）
タリーズコーヒージャパン	328	17	337	17
チチヤス	142	4	135	4

為替レート（米ドル）*2	108.39円	108円

*1 ITO EN (North America) INC.やITO EN (Hawaii) LLCなど
*2 期中平均

会社概要 (2020年4月30日現在)

会社の概要

会社名	株式会社 伊藤園
英文社名	ITO EN, LTD.
本社	東京都渋谷区本町3丁目47番10号
設立	1966年(昭和41年)8月22日
資本金	19,912,300,000円
従業員数	5,403名(単体)
URL	https://www.itoen.co.jp
支店、営業所および出張所	全国30地区196拠点
店舗	全国122店舗
工場	静岡相良工場(静岡県牧之原市女神21) 神戸工場(兵庫県神戸市西区見津が丘5-4-2) 浜岡工場(静岡県御前崎市新野3406-4) 福島工場(福島県福島市荒井北1-2-9) 沖縄名護工場(沖縄県名護市伊差川112)
研究所	中央研究所(静岡県牧之原市女神21)

非財務情報

▶ CSR/ESGページ
https://www.itoen.co.jp/csr/

▶ コーポレート・ガバナンスに関する報告書
https://www2.tse.or.jp/disc/25930/140120200626452684.pdf

財務情報

▶ 有価証券報告書
https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/ir/securities/202004.pdf

株式の状況

発行可能株式総数		200,000,000株
発行済株式の総数	▶普通株式 ▶優先株式	89,212,380株 34,246,962株
株主数	▶普通株式 ▶優先株式	44,775名 61,599名

大株主

株主名	持株数(千株) 普通株式	第1種優先株式	合計株式	合計株式出資比率(%)
グリーンコア株式会社	17,403	5,893	23,297	19.22
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505223	7,585	–	7,585	6.26
公益財団法人 本庄国際奨学財団	5,200	1,560	6,760	5.58
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,795	89	3,884	3.20
本庄八郎	2,446	882	3,329	2.75
ザ バンク オブ ニューヨーク 134104	–	3,304	3,304	2.73
伊藤園従業員持株会	2,090	268	2,358	1.95
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	2,137	–	2,137	1.76
ザ バンク オブ ニューヨーク メロン (インターナショナル) リミテッド 131800	2,098	–	2,098	1.73
東洋製罐グループホールディングス株式会社	1,955	126	2,081	1.72

※上記のほか、普通株式の自己株式1,023千株、第1種優先株式の自己株式1,192千株、合計の自己株式2,215千株(1.79%)があります。
※上記の合計株式出資比率は自己株式を控除して算出しています。

優先株式について

優先株式とは、普通株式に比べて利益の配当を優先的に受け取ることができる株式です。

	優先株式	普通株式
証券コード	25935	2593
議決権	なし*1	あり
配当	優先配当 普通配当額×125%*2 未払い分は累積	普通配当 累積しない
残余財産分配権	普通株式と同等*3	—
普通株式への転換権	株主の意向による転換権はなし*4	—
単元株	100株	
株主優待	あり	

*1 議決権が発生する場合があります。
*2 小数第一位を切り上げ、ただし15円を下限とします。また普通株式への配当が無配の場合でも、優先株式に対して1株当たり15円が優先配当として支払われます。
*3 累積未払配当がある場合は、普通株式に先立って優先株主に不足分が支払われます。
*4 一定の事象により当社が普通株式を対価として、1:1の比率で優先株式を取得することがあります。
【一定の事象】
1. 当社が消滅会社となる合併、完全子会社となる株式交換、株式移転(当社単独によるものを除きます)。2. 当社普通株式に対する公開買付により公開買付者の株券など所有割合が50%超となった場合。3. 当社優先株式が上場廃止となった場合。